

**PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Kasus Bank Syariah Bukopin Cabang Medan)**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE)
Perbankan Syariah*

Oleh:

ATMA SUFHI

NPM : 1501270152



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

**Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Nasabah
(Studi Kasus Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Medan)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Perbankan Syariah*

Oleh:

ATMA SUFHI

NPM: 1501270152

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

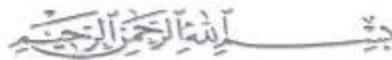
Pembimbing

Dr. Azuar Juliandi SE, Sos, M. Si

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

HALAMAN PERSEMBAHAN



Alhamdulillahirobbil'amin.

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat ku kasihi dan kusayangi.

Ibunda dan Ayahanda Tercinta

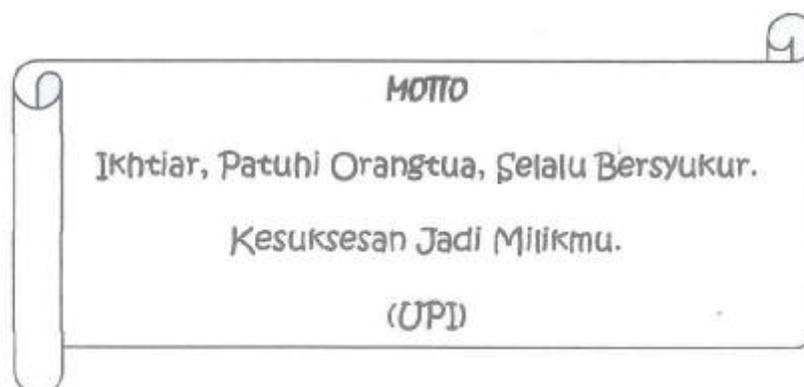
Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu (Umiati) dan Ayah (Ansar) yang telah memberikan kasih sayang, secara dukungan, ridho, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bahagia karena kusadar, selama ini belum bisa berbuat lebih. Untuk Ibu dan Ayah yang selalu membuatku termotivasi dan selalu melimpahkan kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku serta selalu meridhoiku melakukan hal yang lebih baik.

Terimakasih Ibu.. Terimakasih Ayah..

Kakakku dan Abangku Tersayang

Sebagai tanda terima kasih, ku persembahkan karya kecil ini untuk kakak dan abangku (Chairunnisa, Sheach Abdurrahman). Terima kasih telah memberikan semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan Skripsi ini. Semoga doa dan semua hal yang terbaik yang kalian berikan menjadikan ku orang yang baik pula.

Terimakasih.....



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Atma Sufhi

NPM : 1501270152

Jenjang Pendidikan : S1 (Strata Satu)

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Medan)

Dengan ini menyatakan

1. Penelitian yang saya lakukan dengan judul di atas belum pernah diteliti di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Penelitian ini saya lakukan sendiri tanpa ada bantuan dari pihak manapun dengan kata lain penelitian ini tidak saya tempahkan (dibuat) oleh orang lain dan juga tidak tergolong *Plagiat*.
3. Apabila poin 1 dan 2 diatas saya langgar, maka bukan menjadi tanggungjawab dosen pembimbing atau pihak Fakultas Agama Islam, tetapi menjadi tanggungjawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga, dan dapat dipergunakan sebagaimana seharusnya.

Medan, 12 Maret 2019
Hormat Saya
Yang Membuat Pernyataan



Atma Sufhi
1501270152

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Nasabah
(Studi Kasus Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Medan)**

Oleh:

ATMA SUFHI

NPM: 1501270152

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi

Medan, Maret 2019

Pembimbing


Dr. Azuar Juliandi SE, Sos, M. Si

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

Medan, Maret 2019

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) eksemplar
Hal : Skripsi a.n. Atma Sufhi
Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam UMSU

Di-

Medan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan memberi saran-saran perbaikan seluruhnya terhadap skripsi mahasiswa a.n Atma Sufhi yang berjudul: PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Medan). Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini dapat diterima dan diajukan pada sidang munaqosah untuk mendapat Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Perbankan Syariah pada Fakultas Agama Islam UMSU.

Demikian kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing


Dr. Azuar Juliandi SE, Sos, M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Unggul Cerdas & Terpercaya

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk mempertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama Mahasiswa : Atma Sufhi
Npm : 1501270152
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Bukopin Cabang Medan)

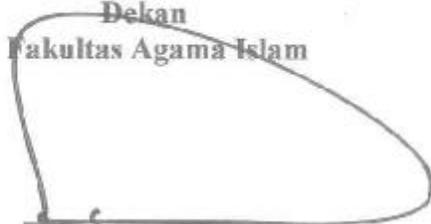
Medan, 14 Maret 2019

Pembimbing Skripsi


Dr. Azuar Juliandi SE, Sos, M. Si

Disetujui Oleh:

Diketahui/ Disetujui
Dekan
Fakultas Agama Islam


Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program
Studi Perbankan Syariah


Selamat Pohan, S. Ag, MA

Abstract

Atma Sufhi (2019), “The Effect Of Information Technology and Quality Service For Customer Satisfaction Bank Syariah Bukopin Medan Branch “. With the supervisor, Dr. azuar Juliandi SE, Sos, M. Si. This study aims to determine the effect of information technology and service quality at Bank Syariah Bukopin Medan Branch and for knowing that bank Syariah Bukopin has a significant role in customer satisfaction Bank Syariah Bukopin Medan Branch . the research methodology used is a quantitative approach. The simple used is a customer of a Syariah Bank Bukopin Medan Branch for e-channel users as many as 50 respondents. Instrument for collecting data uses primary data. The primary is obtained by using a questionnaire or question, for variables information technology 13 items statements and for service quality variables 10 items statement, and for variable customer satisfaction 6 items statement, all reliable statement. Data analysis used in this study is multiple linear regression test, determinant test, t test and f test with help SPSS version 22. The results of the research conducted show that technology information and service quality affect customer satisfaction. Level significant technology of 0.014 is smaller than 0.05. a significant level of service quality is 0.021 smaller than 0.05. from the test of determination it is known that the magnitude of the percentage of the influence of information technology variables and service quality to customer satisfaction variables is 66,6 %. This means that the influence of smaller than 0.05. from determination it is known that the magnitude of the percentage of the influence of information technology variables and service quality to customer satisfaction variables is 66,6 %. This means that the influence of information technology and service quality on satisfaction customer 66,6 % while the remaining 33,4% is influence by variables other.

**Keyword : Influence, Information Technology, Service Quality
Satisfaction of the sharia Bukopin Medan Branch**

KATA PENGANTAR



Assalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan Syukur diucapkan kehadirat Allah SWT. Berkat Rahmat dan Karunia-Nya pada akhirnya dapat menyelesaikan Skripsi yang disusun dengan tujuan memenuhi salah satu mata kuliah di Fakultas Agama Islam pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini diajukan dengan judul **“Pengaruh Taknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Medan)”**.

Shalawat serta salam semoga disampaikan Allah kepada Nabi Muhammad SAW kekasih Allah sang pembawa risalah Uswatun Khasanah beserta keluarga dan para sahabatnya, yang telah mengajarkan nikmatnya iman dan nikmatnya Islam dari zaman kelegapan hingga ke zaman yang penuh keberkahan seperti sekarang ini.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini penulis banyak menerima bantuan serta dorongan dari semua pihak baik bantuan moral maupun materil. Pada kesempatan penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan tulus kepada:

1. Teristimewa kepada Ayahanda Ansar, dan Ibunda Umiati tercinta yang telah banyak memberikan bantuan moral dan materil, dorongan semangat sehingga terselesainya skripsi ini.
2. Bapak Dr. Agussani M. AP. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Qorib M. A. selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Selamat Pohan, S. Ag, MA. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Riyan Pradesyah, SE. Sy, MEI. selaku Sekretaris Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Azuar Juliandi, SE, Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing, yang telah membimbing saya dalam menyelesaikan Proposal ini.
7. Dan kepada teman seperjuangan dan teman-teman yang telah memberikan dukungan kepada penulis, semoga kita sukses selalu.

Seiring doa dan semoga ALLAH SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis serta dengan menyerahkan diri kepada Nya, seraya mengharapkan ridho Nya dengan segala kerendahan hati penulis menyerahkan Tugas Akhir ini yang jauh dari kesempurnaan hanya milik ALLAH SWT, dan penulis juga berharap masukan yang konstruktif guna perbaikan dimasa yang akan datang.

Akhirnya, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat mendatangkan manfaat bagi semua, Aamiin... ya Rabbal Alaamiin

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, Februari 2019

Penulis

ATMA SUFHI

1501270152

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB IPENDAHULUAN.....	1
A.Latar Belakang Masalah.....	1
B.Identifikasi Masalah.....	2
C.BatasanMasalah.....	3
D.Rumusan Masalah.....	3
E.TujuanPenelitian	3
F.Manfaat Penelitian	3
BAB IILANDASAN TEORITIS.....	5
A.Kajian Teoritis.....	5
1. Teori Perbankan Syariah.....	5
a. Pengertian Jasa Perbankan.....	5
b. Jasa Perbankan.....	6
2. Teori Teknologi Informasi.....	6
a. Pengertian Teknologi Informasi.....	6
b. Peran Penting Teknologi Informasi.....	7
c. Indikator Pengukuran Teknologi Informasi.....	7
3. Teori Pelayanan	8
a. Pengertian Pelayanan	8
b. Peran Penting Pelayanan.....	10
d. Indikator Pengukuran Pelayanan	11
4. Teori Kepuasan Pelanggan	14

a. Pengertian Kepuasan	14
b. Manfaat Kepuasan Nasabah	16
c. Indikator Kepuasan Nasabah.....	16
B.Penelitian Terdahulu	17
C.Kerangka Berfikir.....	18
D.Hipotesis.....	
BAB IIIMETODE PENELITIAN	22
A.Pendekatan Penelitian.....	22
B.Lokasi dan Waktu Penelitian	22
C.Definisi Operasional Variabel.....	23
D.Populasi dan Sampel.....	24
E.Sumber Data.....	25
F.Teknik Pengumpulan Data.....	25
G.Teknik Analisis Data	30
BAB IVHASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A.Deskripsi Institusi.....	33
B.Deskripsi Karakteristik Responden	40
C.Penyajian Data.....	43
D.Analisis Data.....	50
E.Interpretasi Hasil Analisis Data	56
BAB VPENUTUP	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Waktu Penelitian	23
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert 25	
Tabel 3.3 Rancangan Angket	26
Tabel 4.1 Karakteristik Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Jadi Nasabah	43
Tabel 4.6 Penyajian Data Skor Angket Variabel X1	44
Tabel 4.7 Penyajian Data Skor Angket Variabel X2	46
Tabel 4.8 Penyajian Data Skor Angket Variabel Y	48
Tabel 4.9 Analisis Data Uji Validitas	50
Tabel 4.10 Analisi Data Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.11 Uji Regresi Linier Berganda	52
Taembl 4.12 Uji T	53
Tabel 4.13 Uji F	54
Tabel 4.14 Uji Determinasi	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	19
Gambar 3.1 Logo Bank Syariah Bukopin	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	36

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi yang menjadi penunjang maju dan berkembangnya pelayanan jasa perbankan seperti teknologi *electronic banking* atau *e-banking*. Bank sebagai suatu lembaga keuangan perlu mengembangkan pelayanan jasa berbasis teknologi. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan memiliki minat terhadap jasa teknologi informasi yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Bank Syariah Bukopin merupakan salah satu bank yang mengembangkan pelayanan berbasis teknologi informasi. Layanan jasa teknologi informasi yang Bank Syariah Bukopin Tawarkan salah satunya yaitu sms banking, ATM, mobile banking, internet banking.

Selain pengembangan pelayanan jasa berbasis teknologi informasi, kualitas pelayanan merupakan faktor lain yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Keberhasilan suatu bank dalam berkompetisi sangat tergantung pada cara mereka memberikan layanan kepada nasabah. Kompetisi yang sering terjadi dalam dunia perbankan adalah pemberian bonus dan jasa pelayanan dari sumber daya manusia sehingga teknologi yang digunakan khususnya teknologi informasi pada aspek-aspek pelayanan. Namun faktor utama dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabah adalah dari kualitas pelayanan sehingga apabila bank tidak memperhatikan aspek-aspek pelayanan maka dapat mengakibatkan berpindahnya nasabah ke bank lain yang dianggap lebih dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan nasabah dalam bertransaksi. Hal tersebut tentu saja akan merugikan pihak bank yang bersangkutan.

Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima. Dalam industri perbankan keunggulan bersaing bank diwujudkan melalui berbagai jenis kualitas pelayanan yang meliputi fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi seperti *internet banking* serta pelayanan personal dari para karyawan bank berupa interaksi karyawan yang perhatian dan memahami

kebutuhan nasabah dengan baik, keramahan dan kesopanan dalam melayani nasabah serta penanganan komplain nasabah secara cepat dan tuntas.

Kehadiran layanan berbasis teknologi informasi sebagai media alternatif masih belum memberikan kemudahan yang cukup bagi nasabah oleh sebagian bank. Hal ini tidak terlepas dari perhatian yang diberikan nasabah untuk mendapatkan pemanfaatan dari kualitas layanan tersebut. Kemudian juga belum bisa membuka promosi yang cukup pada layanan jasa teknologi informasi. Yang seharusnya dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah pengguna layanan jasa tersebut.

Akibat dari kurangnya sosialisasi dan promosi adanya layanan tersebut pada sebagian bank membuat minimnya pengetahuan nasabah terkait layanan jasa berbasis teknologi yang ada pada bank. Nasabah yang belum paham dan mengerti tidak merasa puas akan pelayanan yang diberikan sehingga akan berkurang minat dari nasabah untuk menggunakan layanan tersebut. Sehingga berimbas kepada kualitas layanan pada bank tersebut.

Oleh sebab itu, untuk meningkatkan kepercayaan nasabah pada jasa perbankan dan pemahaman nasabah dalam penggunaan *fasilitase-banking* maka sangat penting bagi penulis untuk mengadakan penelitian yang mengkaji pengaruh teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Bukopin Cabang Medan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya perhatian dan pemanfaatan teknologi informasi oleh nasabah.
2. Kurangnya pengetahuan dan minat dari masyarakat terhadap fasilitas teknologi informasi.

Untuk itu perlu adanya penelitian yang mengenai faktor-faktor yang membuat nasabah memiliki kepuasan dengan kualitas layanan teknologi informasi. Mengingat studi sebelumnya yang sama masih sedikit dan khususnya yang belum melakukan transaksi melalui teknologi informasi di Kota Medan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, penelitian ini hanya membatasi penelitian pada dua variable saja yaitu teknologi informasi meliputi *mobile banking*, *ATM*, *sms banking* dan *internet banking* dan kualitas layanan.

Dari sisi nasabah, peneliti memusatkan perhatian pada nasabah Bank Syariah Bukopin Cabang Medan khususnya nasabah yang menggunakan fasilitas *mobile banking*, *ATM*, *SMS banking* dan *internet banking*.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah untuk penelitian ini berdasarkan batasan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah teknologi informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
3. Apakah teknologi informasi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui teknologi informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
2. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
3. Untuk mengetahui teknologi informasi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan sesuai sifat penelitian, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi bank, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam bertransaksi dengan menggunakan layanan teknologi informasi perbankan dan kualitas layanan dalam transaksi sehingga dapat menjadi bahan kebijakan dalam upaya meningkatkan pangsa pasarnya dalam dunia globalisasi.
2. Bagi nasabah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dalam memanfaatkan kualitas layanan teknologi informasi. Kemudian bagi nasabah yang belum dapat atau belum pernah menggunakan kualitas layanan teknologi informasi dapat mengetahui kegunaan serta fungsi teknologi informasi, sehingga dapat dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari untuk mendapatkan kepuasan dalam bertransaksi yang dilakukan nasabah bank.
3. Bagi peneliti, hasil penelitian dapat digunakan sebagai acuan dasar bagi penelitian berikutnya, terutama penelitian yang tertarik pada tema penerimaan kualitas layanan teknologi informasi dan perilaku konsumen untuk kepuasan bertransaksi di bank.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Teoritis

1. Teori Perbankan Syariah

a. Pengertian Jasa Perbankan

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah¹. Prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam menetapkan fatwa di bidang syariah.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi nasional. Industri perbankan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang bervariasi sesuai dengan pertumbuhan ekonomi nasional. Pengembangan industri perbankan syariah di Indonesia dilandasi oleh Undang-Undang (UU) yang dikeluarkan oleh Pemerintah, maupun kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh otoritas perbankan. Salah satu UU yang melandasi awal perkembangan Perbankan syariah adalah Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008.²

Dengan Undang-Undang tersebut, maka pengembangan industry perbankan syariah nasional memiliki landasan hokum yang cukup kuat, sehingga mendorong pertumbuhan industri ini lebih cepat. Percepatan Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia, sampai saat ini terus didorong oleh otoritas perbankan, yaitu Otoritas Jasa keuangan menuju industri perbankan syariah yang sehat, berkelanjutan, dan berkontribusi positif dalam mendukung pembangunan ekonomi yang berkualitas. Dengan progress perkembangannya yang impresif, yang mencapai rata-rata pertumbuhan asset lebih dari 65% pertahun dalam lima tahun terakhir, peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian

¹Ismail. *Perbankan Syariah*, (Jakarta:Kencana, 2011), h. 32

²Agus marlin, Abdul Haris Romdhoni, dkk. (*Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia*), Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. Vol. 01, No. 02, Juli 2015.

nasional semakin signifikan³.

b. Jasa Perbankan

Pada dasarnya perbankan syariah mempunyai peran dalam dua sisi, yaitu menghimpun dana secara langsung yang berasal dari masyarakat yang sedang kelebihan dana (*surplus unit*), kemudian menyalurkan dana secara langsung kepada masyarakat yang membutuhkan dana (*deficit unit*), oleh karena itu disebut *financial intermediary*. Bank dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan⁴

Jasa bank adalah semua aktivitas bank, baik yang secara langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan tugas dan fungsi bank sebagai lembaga intermediasi. Frida Jasfar menerangkan bahwasanya jasa itu adalah setiap tindakan atau aktivitas dan bukan benda, yang dapat ditawarkan pihak kepada pihak lain, yang dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud) konsumen terlibat secara aktif dalam proses produksi dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.⁵ Sedangkan perbankan adalah suatu lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan jasa mengirim uang.⁶

2. Teori Teknologi Informasi

a. Pengertian Teknologi Informasi

Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan. Secara implisit dan eksplisit TI tidak sekedar berupa teknologi komputer, tetapi juga mencakup teknologi komunikasi. Dengan kata lain, yang disebut teknologi informasi adalah gabungan antara

³*Ibid.*

⁴Ismail. Perbankan Syariah, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 30

⁵Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), hal. 17

⁶Drs. Ismail, Perbankan Syariah, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 32

teknologikomputer dan teknologi telekomunikasi.

Teknologi informasi adalah segala bentuk teknologi yang diterapkan untuk memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronik.⁷

Teknologi informasi dilihat dari kata penyusunannya teknologi dan informasi, maka yang dimaksud dengan teknologi informasi adalah hasil rekayasa manusia terhadap proses penyampaian informasi dari pengirim ke penerima sehingga: (1) lebih cepat (2) lebih luas sebarannya (3) lebih lama penyimpanannya⁸.

b. Peran Penting Teknologi Informasi

Peranan teknologi informasi pada aktivitas sangat besar dimana teknologi informasi menjadi fasilitator utama kegiatan bisnis. Dengan teknologi berbagai kemudahan dapat dirasakan. Banyak perusahaan yang berani melakukan investasi yang sangat tinggi di bidang teknologi informasi karena adanya kebutuhan untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi kompetitif, mengurangi biaya, meningkatkan fleksibilitas dan tanggapan.⁹

Teknologi informasi memberikan andil besar terhadap perubahan-perubahan mendasar pada struktur, operasi dan manajemen organisasi. Secara garis besar Kadir menyatakan bahwa peranan teknologi informasi adalah sebagai berikut: a) Teknologi informasi menggantikan peran manusia. b) Teknologi memperkuat peran manusia. c) Teknologi informasi berperan dalam restrukturisasi terhadap peran manusia.¹⁰

c. Indikator Pengukuran Teknologi Informasi

Ciri-ciri informasi yang berkualitas, dapat di percaya dan dipertanggungjawabkan yaitu: a) *Accessible*, sesuatu harus dapat dengan mudah diakses ke semua orang yang berkepentingan. b) *Accurate*, suatu informasi terbebas dari *error*. Dalam penyampaian informasi, informasi yang diberikan harus

⁷Tata Sutabri, *Pengantar teknologi inforasi*, (Yogyakarta: ANDI,2014),hal. 2

⁸Deni Darmawan, *Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, (Bandung,2012), hal.17

⁹Eni Irfiani. *Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Terhadap Kinerja Karyawan*. Jurnal PARADIGMA Vol. XVII. No. 2 September 2015

¹⁰Yevi Dwitayanti. *Jurnal .Dampak Implementasi Sistem Informasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa*.

ditransmisikan atau disampaikan kepada pencari informasi sesuai dengan informasi yang disampaikan. *c) Complete*, suatu informasi itu harus contain (isinya) harus memenuhi dari apa yang orang-orang butuhkan dari informasi tersebut. Sehingga seseorang mendapatkan informasi yang dicari. *d) Economical*, suatu informasi itu harus memiliki nilai ekonomis. *e) Flexible*, informasi itu dapat digunakan oleh beberapa orang dengan tujuan yang berbeda-beda.¹¹

Adapun cirri-ciri informasi yang berkualitas lainnya yaitu: a) Akurat, berarti informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak bisa menyesatkan. b) Tepat waktu, berarti informasi yang datang pada penerima tidak boleh terlambat. Informasi yang sudah using tidak akan mempunyai nilai lagi. c) Relevan, berarti informasi tersebut mempunyai manfaat untuk pemakaiannya. Relevan informasi untuk tiap-tiap orang satu dengan yang lainnya.¹²

3. Teori Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti firman Allah dalam Al-Qur'an (Q.S Al-Baqarah Ayat 267):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ضُؤًا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ
تَمُنْهُنَّ فِقُوا نُوا لَسْتُمْ بِأَخْذِيهَا أَنْ تَنْغَمِضُوا فِيهَا وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِ حَمِيدٍ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya.

¹¹Adi Sulistyono Nugroho, *Analisis dan perancangan system informasi*, (Yogyakarta: Trans Tekno, 2017), hal. 19

¹²Eti Rochaety, Faizal Ridwan, Tupi Setyowati. *Sistem Informasi Manajemen*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), h. 6

dan Ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji". (QS. Al-Baqarah ayat 267).¹³

Dari ayat di atas kita bisa mengambil kesimpulan bahwa Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas kepada orang lain. Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (service) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Pelayanan berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampainya pun akan mengenai heart share konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam mind share konsumen. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis bersikap profesional yakni dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyia-nyiaakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya, buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses-gagalnya bisnis yang dijalankan.

Pelayanan adalah sesuatu yang tak berwujud yang merupakan tindakan atau unjuk rasa yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Menurut Valarie A. Zethmal dan Mary Jo Bitner mendefinisikan pelayanan merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya di hasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah.¹⁴ Sedangkan Lovelock mendefinisikan pelayanan sebagai proses dari pada produk, dimana suatu proses melibatkan input dan mentransformasikannya sebagai output.¹⁵

Dari definisi di atas dapat diketahui di dalam pelayanan selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan produsen, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak menyadari. Pelayanan bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tak berwujud. Pengertian pelayanan dalam konteks Perbankan Syariah adalah memberikan pelayanan sesuai dengan standar prosedur pelayanan yang ada, baik dalam memberikan penjelasan tentang produk maupun *complain* nasabah.

¹³Al-Qur'an dan Terjemahan, *Surat AL- Baqarah* ayat 267.

¹⁴Rambat Supriadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba empat, 2009), hal. 6

¹⁵Arief Muhtosim, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2007), hal. 11

b. Peran Penting Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah faktor yang menentukan tingkat keberhasilan kualitas perusahaan dimana kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen dan sebagai strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan¹⁶

Secara umum tujuan kualitas pelayanan membantu perkembangan untuk mencapai kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan memberi tujuan pada perusahaan, diantaranya: 1) Berkontribusi signifikan bagi perkembangan diferensiasi yaitu proses pembedaan suatu produk atau jasa untuk membuatnya lebih menarik terhadap suatu pasar sasaran tertentu. Diferensiasi produk merupakan salah satu sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan. 2) Posisi yaitu perusahaan memiliki posisi sebagai menawarkan nilai terbaik dalam kualitas pelayanan bagi pelanggan dibanding dengan pesaingnya. 3) Strategi bersaing setiap organisasi pemasaran.¹⁷

Menurut Lupiyoadi melalui serangkaian penelitian terhadap berbagai macam industri jasa telah berhasil mengidentifikasi sepuluh indikator pokok Kualitas Jasa, yaitu: 1) Reliabilitas, meliputi dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat dapat dipercaya (*dependability*). 2) *Responsive* atau daya tanggap, yaitu kesediaan dan kesepian para karyawan untuk membantu pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat. 3) Kompetensi, yaitu penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat menyampaikan jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan. 4) Akses meliputi kemudahan untuk dihubungi atau ditemui (*approachability*) dan kemudahan kontak. 5) Kesopanan yaitu meliputi sikap santun, respek, atensi, dan keramahan para karyawan kontak. 6) Komunikasi artinya menyampaikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang mudah dipahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan. 7) Kredibilitas sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakter pribadi karyawan kontak, dan interaksi dengan pelanggan. 8) Keamanan yaitu bebas dari bahaya, resiko atau

¹⁶Lupiyoadi rambat. *Managemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: 2014 Salemba Empat. hal.181

¹⁷ Fandy tjiptono, *op,cit.*, hal. 76

keragu-raguan. Termasuk didalamnya adalah keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan finansial (*financial security*), privasi, dan kerahasiaan (*confidentiality*). 9) Kemampuan memahami pelanggan, yaitu berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka, memberikan perhatian individual, dan mengenal pelanggan regular. 10) Bukti fisik, meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan-bahan komunikasi perusahaan (seperti kartu bisnis, kop surat, dan lain-lain)¹⁸.

c. Manfaat Kualitas Pelayanan

Menurut Simamora, kualitas pelayanan dapat memberikan manfaat diantaranya yaitu: a) Layanan yang istimewa (nilai layanan yang benar-benar dialami melebihi harapan konsumen) atau sangat memuaskan mereka suatu basis untuk penerapan harga premium. Perusahaan yang memberikan kepuasan tinggi bagi pelanggannya dapat menetapkan suatu harga yang signifikan. b) Layanan istimewa membuka peluang untuk diversifikasi produk dan harga, misalnya pelayanan yang dibedakan menurut kecepatan pelayanan yang diminta. c) Menetapkan loyalitas pelanggan. pelanggan yang loyal tidak hanya potensial untuk penjualan produk yang sudah ada tetapi juga untuk produk-produk baru dari perusahaan. d) Pelanggan yang terpuaskan merupakan sumber informative positif dari perusahaan dan produk-produk bagi pihak luar, bahkan mereka dapat menjadi pembela bagi perusahaan khususnya dalam menangkali isu-isu negatif. e) Pelanggan merupakan sumber informasi bagi perusahaan baik dalam hal inteljen pemasaran atas produk perusahaan pada umumnya.¹⁹

d. Indikator Pengukuran Pelayanan

Pelayanan memiliki empat karakteristik utama, yaitu: a) Tidak dapat berwujud (*Intangibility*). Pelayanan tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian. Contoh riil pelayanan yang tidak berwujud dalam Perbankan Syariah itu berupa Jasa. b) Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*). Pelayanan biasanya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang

¹⁸Lupiyoadi, *op. cit.*, Hal. 196

¹⁹Konsultasiskripsi.com /2018/04/08/ Manfaat Kualitas Pelayanan.

bersamaan, sehingga hubungan antara pemberi dan penerima pelayanan menjadi penting dalam pemasarannya. Contoh riil pelayanan yang tidak dapat dipisahkan dalam Perbankan Syariah itu berupa Produk. c) Berubah-ubah (*Variability*). Pelayanan mudah sekali berubah-ubah atau tidak konsisten tergantung siapa pemberi jasa, kapan dan dimana diberikan. Contoh riil pelayanan yang berubah-ubah dalam Perbankan Syariah itu berupa Varian Produk. d) Daya tahan (*Perishability*). Pelayanan tidak dapat disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan, karena hal tersebut maka pelayanan tidak tahan lama.²⁰

Setelah ada faktor pendukung yang berpengaruh terhadap kualitas layanan, terbentuklah ciri-ciri pelayanan yang baik, antarlain sebagai berikut: (1) *Reability* (keterandalan), konsistensi kinerja dan kemampuan terikat. Kinerja yang baik diberikan pada saat pertama kali memberikan janji yang menggiurkan dan tepat; (2) *Responsiveness* (ketanggapan), keinginan atau kesediaan pemberi pelayanan untuk memberikan pelayanan tepat waktu; (3) *Competence* (pengetahuan dan keahlian), ilmu pengetahuan dan keahlian yang dibutuhkan untuk memberikan pelayanan; (4) *Acces* (akses), keterjangkauan, dapat dicapai dan mudah dijangkai, waktu, tunggu, dan jam operasional; (5) *Courtesy* (kesopansantunan), meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan individu yang langsung berhubungan dengan pelanggan. Menurut istilah arab dari kesopansantunan adalah *Akhlak* yang artinya adalah suatu sifat yang tertanam dalam jiwa yang ada sejak lahir yang mana lahir perbuatan-oerbuatan mudah tanpa memikirkannya.; (6) *Communication* (komunikasi), petugas dapat memberikan informasi dalam bahasa yang mudah dipahami dan didengarkan oleh pelanggan, sehingga dapat membedakan kebutuhan pelanggan yang berbeda. Menurut istilah arab dari komunikasi adalah *tawashul* yang artinya adalah proses pertukaran informasi yang dilakukan oleh dua pihak sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh kedua belah pihak yang melakukan komunikasi; (7) *Credibility* (kepercayaan), kepercayaan, kejujuran, dan reputasi perusahaan; (8) *Security* (keamanan), bebas dari bahaya, resiko atau hilang,

²⁰E. Catur Rismiati dan Bondan Suratno, *Pemasaran Barang dan Jasa*, (Yogyakarta: Kanisius, 2001), hal. 27

keamanan fisik, keamanan keuangan, dan kepercayaan diri. Menurut istilah arab dari aman adalah *Al Aman* yang artinya adalah ketentraman hati, tidak adanya rasa takut dan kegelisahan akan terjadi hal yang tidak diinginkan; (9) *Understanding The Customer* (memahami pelanggan), berusaha memahami kebutusrihan pelanggan, mendengarkan keinginan spesifik pelanggan, dan memberikan perhatian kepada setiap pelanggan; (10) *Tangibles* (bukti fisik), pelayanan secara fisik, fasilitas, fisik, penampilan tenaga kerja, alat atau peralatan yang digunakan.²¹

Adapun Ciri-ciri pelayanan yang baik menurut Kasmir (2008), sebagai berikut: 1) Bertanggung jawab kepada pelanggan/pengunjung dari awal hingga selesai. 2) Mampu melayani secara tepat dan cepat. 3) Mampu berkomunikasi. 4) Mampu memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi. 5) Memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik. 6) Berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan/pengunjung. 7) Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan/pengunjung.²²

Ada lima dimensi kualitas menurut Tjiptono yang dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis. Dimensi- dimensi tersebut adalah: 1) *Tangible* (bukti fisik) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. 2) *Reliability* (kehandalan) adalah kemampuan perusahaan yang dapat diandalkan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. 3) *Responsiveness* (daya tanggap) Yaitu keinginan para staf untuk membantu parapelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. 4) *Assurance* (jaminan) Adalah bahwa konsumen akan dilayani dengan baik oleh karyawan yang memiliki tingkat kompetensi yang memadai dan mampu member rasa aman dan nyaman. 5) *Empati* adalah kepedulian dan perhatian individu atau pribadi yang diberikan perusahaan kepada konsumennya meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para

²¹ Abd. Rahman Kadir. *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Bogor: Taman Kencana, 2013), hal. 83

²² Sri Imelda. 2017. "Kualitas Pelayanan Customer Service dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI". *Jurnal INTEKNA*. Vol 17, No. 2

pelanggan secara cepat dan tepat²³.

4. Teori Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan

dalam ekonomi Islam kepuasan dikenal dengan masalah, dengan pengertian terpenuhi kebutuhan baik bersifat fisik maupun spiritual. Seseorang jika mendapatkan pelayanan yang baik dari segi kebutuhan maupun respon yang cepat terhadap *complane* maka akan menimbulkan kepuasan .

Allah berfirman dalam Al- Quran (QS. Al-Imran Ayat 159)

فِيمَا رَحْمَةً مِنَ اللَّهِ إِنَّهُمْ لَوْ كُنْتُمْ تَفْظًا عَلِيظًا لَقَلْبًا نَفْضُوا مِنْ حَوْلِكُمْ عَفْعَةً لَهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي
يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا عَزَمْتُمْ شَيْئًا فَادْعُوا اللَّهَ تَعَالَىٰ بِالْهَيْبَةِ بِالْهُدَىٰ وَالْحَيْبَةِ بِالْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah Lembut terhadap mereka. sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu Telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.(Q.S. Al-Imran ayat 159).²⁴

Dari ayat tersebut, Allah mengajarkan kepada kita agar senantiasa bersikap lemah lembut terhadap orang lain dan bukan berarti kita tidak boleh kasar (tegas) dalam bertindak, namun dalam konteks pelayanan terhadap nasabah, maka perilaku lemah lembut tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam memberikan kepercayaan terhadap nasabah. Kepercayaan merupakan pondasi dari suatu bisnis Menurut Moorman, adalah kesediaan individu untuk mengantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan (*confidence*) kepada pihak lain tersebut.

Dalam kaitannya faktor pelayanan nasabah merupakan salahsatu ujung tombak perusahaan dalam menjual produknya. Banyak tindakannya jumlah

²³Husain Umar. *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Jakarta: 2005, PT.Gramedia Pustaka. Hal. 38

²⁴Al-Qur'an dan Terjemahannya, surat Al- Imran ayat 159.

nasabah serta volume pembelian nasabah sangat besar pengaruhnya dari cara perusahaan melayani nasabah tersebut. Hal ini terkait dengan harapan masyarakat bahwa mereka berhubungan dengan bank yang aman, nyaman, dan mudah dalam melakukan transaksi. Produk dan jasa yang ditawarkan pada dasarnya ditujukan untuk pemuasan nasabah di dalam seluruh aktifitas keuangannya. Islam sebagai agama yang *rahmatan lil 'alamin* telah mengajarkan kepada kita tentang tata cara bersikap dan bertindak. Dalam konteks dunia usaha, khususnya perbankan syariah, tentu kaidah tersebut sangat penting untuk dilakukan karena terkait dengan salah satu fungsi perbankan yakni tentang kepuasan pelanggan atau nasabah.

Secara umum, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas atau senang.²⁵

Kepuasan adalah selisih antara manfaat produk yang dirasakan dalam menyampaikan nilai sehubungan dengan harapan pembeli sebelum produk tersebut dibeli. Sekarang ini perhatian terhadap kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar, hal ini disebabkan karena semakin banyaknya produsen menawarkan produk dan jasa sehingga konsumen memiliki banyak pilihan.²⁶

Pieter & Waterman Jr, Agus Mulana, barangkali landasan manajemen terpenting yang saat ini diabaikan adalah kedekatan dengan konsumen untuk memuaskan kebutuhannya dan mengantisipasi keinginannya. Di kebanyakan perusahaan, konsumen telah menjadi orang yang paling merepotkan dimana perilakunya yang tidak terduga merusak rencana strategis yang telah disusun dengan cermat, yang aktivitasnya telah mengacaukan operasi komputer, dan yang sifat keras kepalanya mengharuskan produk yang sudah dibeli bekerja dengan

²⁵Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jilid 1. Penerbit Erlangga, hal. 139

²⁶Abd. Rahman Kadir, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: IPB Taman Kencana, 2013), h. 130

baik.²⁷

b. Manfaat Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan telah menjelma menjadi kewajiban bagi setiap organisasi bisnis, peneliti pemasaran, eksekutif bisnis, bahkan politisi. Kualitas Jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan konsumen dan akan memberikan berbagai manfaat seperti: 1) Kepuasan pelanggan merupakan sarana untuk menghadapi kompetisi dimasa yang akan datang. 2) Kepuasan pelanggan merupakan promosi terbaik. 3) Kepuasan pelanggan menjamin pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. 4) Pelanggan makin kritis dalam memilih produk. 5) Kepuasan pelanggan menjamin pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. 6) Pelanggan yang puas akan datang kembali. 7) Pelanggan yang puas mudah memberikan referensi.²⁸

Manfaat lain yang akan didapatkan perusahaan terhadap kepuasan pelanggannya seperti: 1) meningkatkan loyalitas nasabah. b) berpotensi menjadi pendapatan masa depan dari pembelian ulang. c) menekan biaya transaksi pelanggan, terutama dari efisiensi biaya komunikasi penjualan dan layanan pelanggan. d) meningkatkan imunitas pelanggan terhadap godaan merk lain. e) membuka peluang perusahaan untuk menetapkan harga premium kepada untuk lini produk atau lini merk lain.²⁹

c. Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono, indikator kepuasan pelanggan/nasabah terdiri dari:³⁰ 1) Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi : a. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi yang diharapkan. b. Pelayanan oleh karyawan sesuai atau melebihi dari yang diharapkan. c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dari yang diharapkan. 2) Minat berkunjung kembali,

²⁷Dr. H. Bahrul Kirom, *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. (Bandung:PRC), hal. 61

²⁸Irene. *Manajemen Pemasaran Usaha Kesehatan*. Jogjakarta : 2010, Nuha Medika. Hal.61

²⁹Juang Novrianto, *Jurnal Valuta* Vol 2 No 2.

³⁰F. Gerson Gerson, *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, (PPM: Jakarta, 2004), hal. 69

merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi : a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan. b. Berniat berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diberikan diperoleh setelah mengkonsumsi produk. c. Berniat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai. 3) Kesediaan merekomendasikan, masyarakat tertentu atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan. a. Masyarakat tertentu atau kerabat untuk membeli kembali produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai. b. Masyarakat atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa. 4) Dimensi kepuasan nasabah, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan nasabah menilai produk atau jasa berdasarkan item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas atau keramahan staff. Meminta nasabah menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item fisik serta menentukan dimensi-dimensi yang paling penting dalam menilai kepuasan nasabah secara keseluruhan.

B. Penelitian Terdahulu

Pertama, penelitian yang dilakukan Sri Imelda, Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BRI Unit Veteran Banjarmasin. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan ada pengaruh yang signifikan antar kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang A. Rivai Palembang.³¹

Kedua, penelitian yang dilakukan Aditya Wardhana, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Britama Di Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) TBK Cabang Pubalingga. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Britama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Purbalingga. Diantara variabel-variabel X hanya terdapat satu variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Britama PT. Bank Rakyat

³¹Sri Imelda. Kualitas *Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BRI Unit Veteran Banjarmasin*. Jurnal INTEKNA 2017. Vol 17. No 1

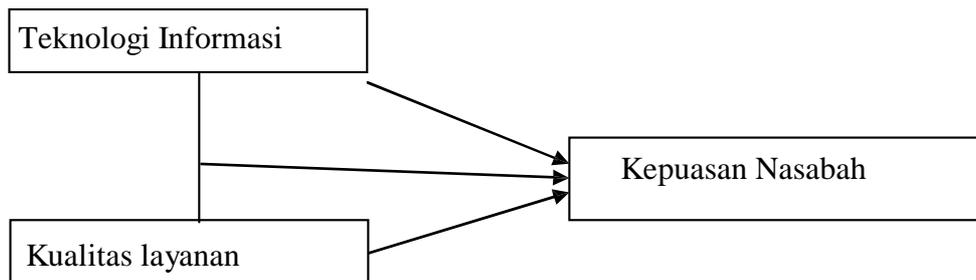
Indonesia (Persero) Tbk Cabang Purbalingga. Maka nasabah Britama belum puas terhadap pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Purbalingga. Dikarenakan variabel yang paling berpengaruh hanya terdapat satu variabel.³²

Ketiga, penelitian yang dilakukan Melina Pujiani, Analisis faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan *Mobile Banking* di Sulawesi selatan. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa masyarakat Sulawesi kurang berminat untuk layanan *mobile banking* dikarenakan kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap layanan *mobile banking* tersebut. Dengan adanya penelitian ini maka membantu masyarakat Sulawesi untuk mengetahui kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan *mobile banking*. Analisis ini berpengaruh positif.³³

Adapun perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu, penelitian pengaruh teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah bank, sedangkan penelitian terdahulu hanya meneliti pelayanan teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah tidak meneliti kualitas pelayanan.

C. Kerangka Berfikir

Secara ringkas kerangka teoritis dari penelitian ini dapat dilihat dari gambar dibawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

Uraian dari gambar diatas adalah:

1. Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah.

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan nasabah bank adalah

³²Dewi Berlian Harahap. *Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara* (Skripsi 2017) Jurusan Ekonomi Islam. UINSU

³³Ibid

teknologi informasi yang digunakan oleh perbankan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Yuliana Angraeni, Pengaruh Layanan Berbasis Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kota Semarang. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan yang dirasakan nasabah atau dapat dikatakan Kemudahan transaksi dengan menggunakan teknologi informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.³⁴

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.³⁵

Dengan demikian, organisasi atau perusahaan yang memberikan layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, pelanggan yang merasa puas akan menciptakan kesetiaan dan loyalitas kepada organisasi atau perusahaan pemberi layanan yang memberikan kualitas memuaskan.

Berdasarkan penelitian Garnis Anggi Saktiani menunjukkan bahwa variabel Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.³⁶

3. Pengaruh teknologi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi antara perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (standar kinerja lainnya) dan kinerja actual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai

³⁴Ibid

³⁵Fika Ardiana Fitri. *Pengaruh Citra Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. POS Indonesia (PERSERO) Medan*. (Skripsi 2017). Jurusan Manajemen. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

³⁶Garnis Anggi Saktiani. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Word Of Mouth*. JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ISSN. 2442-6962 Vol. 4, No. 2 (2015)

atau mengkonsumsi produk bersangkutan.³⁷

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan nasabah bank selain adanya pelayanan yang baik adalah teknologi yang digunakan oleh perbankan. Dengan adanya teknologi pada perbankan dapat memudahkan para nasabah untuk bertransaksi tanpa harus mengunjungi bank tersebut. Selain itu juga dengan adanya teknologi perbankan dapat menguntungkan para nasabah dalam masalah waktu bertransaksi yang tidak perlu menunggu lama.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nikolas, dengan adanya teknologi memudahkan nasabah melakukan transaksi perbankan sehingga dapat memuaskan nasabah, dalam hal ini menunjukkan bahwa variabel teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.³⁸

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Ariane Chaterina, faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel faktor teknologi, kemudian diikuti dengan variabel kualitas layanan dan yang terakhir faktor pelanggan, dalam hal ini menunjukkan bahwa variabel teknologi informasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.³⁹

D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pertanyaan yang ada pada perumusan masalah penelitian. Dikatakan jawaban sementara oleh karena jawaban yang ada adalah jawaban-jawaban dari teori.⁴⁰ Berdasarkan kajian teori yang telah dikaji dan kerangka berpikir yang telah dikemukakan sebelumnya maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh signifikan teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah.

³⁷Tjiptono, Fandi dan Gregorius Chandra.(2012), *Pemasaran Sratetik*. Yogyakarta: ANDI

³⁸Layaman, Novi Andriyani. *Analisis Penggunaan Teknologi Informasi Serta Dampaknya Pada Kepuasan Nasabah Bank Jabar Banten Syariah Cirebon*. Jurnal AL-AMWAL. Vol. 9. No 1

³⁹Ibid

⁴⁰Azuar Juliandi dan Irfan. *Metode Penelitian*. Bandung: Ciptakan Pustaka Media Perintis 2013. Hal.45

H2: Terdapat pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

H3: Terdapat pengaruh signifikan teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif, yaitu pendekatan dengan menggunakan dua variable atau lebih guna untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara variable satu dengan variable lain. Berdasarkan jenis permasalahan yang ada dalam judul penelitian, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu sebagai hubungan diantara variable dan konstanta dalam susunan dari sebuah rumus matematika, dengan menginput angka-angka, teori kuantitatif menghasilkan output angka-angka. Hubungan yang dijelaskan kemudian dapat diuji dengan menggambarkan kondisi-kondisi khusus dan mengobservasi apakah output mengambil nilai-nilai khusus.⁴¹

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yang akan penulis lakukan adalah di PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Medan yang beralamat Jl. S Parman.

Waktu kegiatan penelitian dilaksanakan mulai Februari 2019 s/d Maret 2019. Yang dimulai dari proses pengajuan judul sampai pengajuan hasil penelitian dan sidang meja hijau. Secara terperinci pelaksanaan penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini :

Tabel 3. 1

⁴¹Arfan Ikhsan, dkk, Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, (Bandung: Citapustaka Media, 2014), hal. 6

Jadwal Pelaksanaan Waktu Penelitian

No	Kegiatan Penelitian	Waktu Penelitian																							
		Nov'18				Des'18				Jan'19				Feb'19				Mar'19				April'19			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■	■																						
2	Penyusunan Proposal			■	■	■	■	■	■																
3	Bimbingan Proposal					■	■	■	■	■	■	■													
4	Seminar Proposal																	■							
5	Pengumpulan Data																	■	■	■	■				
6	Bimbingan Skripsi																					■	■	■	■
7	Sidang Meja Hijau																					■	■	■	■

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah pengukuran (*measurement*) atau pengujian (*test*) suatu variabel. Pengukuran tersebut bias dilihat dari indikator, kriteria, tolak ukur, alat ukur, alat uji untuk menemukan kualitas atau kuantitas suatu variabel. Definisioperasional bertujuan untuk mendeteksi sejauh mana variable pada satu atau lebih faktor lain dan juga untuk mempermudah dalam membahas penelitian yang akan dilakukan.⁴²

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan mengenai teknologi informasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Medan), maka variabel penelitian dalam hal ini adalah:

1) Variabel teknologi informasi.

Teknologi informasididefinisikan sebagai seluruh operasi perusahaan yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi yang pada akhirnya menciptakan pelanggan. Indikatornya adalah:(a)*accessible* (mudah diakses); ; (b)

⁴²*Ibid.* hal. 133

accurate (akurat); (c) *complete* (lengkap); (d) *economical* (ekonomis); (e) *flexible* (fleksibel)⁴³.

2) Variabel kualitas pelayanan

Kualitas Pelayanan didefinisikan sebagai keunggulan yang diharapkan atas suatu penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang diterima untuk memenuhi keinginan pelanggan. Indikatornya adalah (a) *Reliability* (keterandalan), (b) *Responsiveness* (ketanggapan), (c) *Competence* (pengetahuan dan keahlian), (d) *Access* (akses), (e) *Courtesy* (kesopansantunan), (f) *Communication* (komunikasi), (g) *Credibility* (kepercayaan), (h) *Security* (keamanan), (i) *Understanding The Customer* (memahami pelanggan), (j) *Tangibles* (bukti fisik).⁴⁴

3) Variabel kepuasan pelanggan

Kepuasan nasabah didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk mengenali respon pelanggan dan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan akan dapat terpenuhi atau terlampaui melalui suatu transaksi yang akan terjadi pembelian ulang. Indikatornya adalah (a) kesesuaian harapan, (b) minat berkunjung kembali, (c) kesediaan merekomendasikan.

D. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Bukopin Cabang Medan yakni nasabah yang menggunakan *e-banking*. Sedangkan Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian nasabah di Bank Syariah Bukopin Cabang Medan sebanyak 50 orang.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*, yang merupakan jenis teknik *sampling nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono *accidenta lsampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/*incidental* bertemu

⁴³Adi Sulisty Nugroho, *Analisis dan perancangan system informasi*, (Yogyakarta: Trans Tekno, 2017), hal. 19

⁴⁴Abd. Rahman Kadir. *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Bogor: Taman Kencana, 2013), hal. 83

dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁴⁵

E. Sumber Data

Data adalah segala sesuatu yang diketahui atau dianggap mempunyai sifat bisa memberikan gambaran tentang suatu keadaan atau persoalan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Primer. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama.⁴⁶Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan data kuisisioneryakni nasabah PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Medan yang berkaitan dengan materi skripsi penulis.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket yaitu pernyataan-pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat/persepsi responden peneliti tentang suatu variabel yang diteliti.Instrument yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini menggunakan Skala Likert 5 poin.⁴⁷

Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert

Alternatif Jawaban	Skor Masing-Masing Jawaban
SS : Sangat Setuju	5
S : Setuju	4
N : Netral	3
TS : Tidak Setuju	2
STS : Sangat Tidak Setuju	1

⁴⁵Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis* : Alfabeta. hal. 67

⁴⁶Arfan Ikhsan, dkk. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*.(Bandung, Citapustaka Media, 2014), hal. 122

⁴⁷Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah.*Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2006. Hal.65

Angket dalam penelitian ini dikembangkan dari indikator yang telah dikemukakan dalam definisi operasional. Rancangan angket dapat dilihat di dalam Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Rancangan Angket

Indikator	Pertanyaan Angket
A. Teknologi Informasi	
<i>Accessible</i> (mudah diakses)	1. <i>Website/situs</i> Bank Syariah Bukopin mudah digunakan
	2. ATM Bank Syariah Bukopin mudah digunakan
	3. <i>Aplikasi mobile banking</i> Bank Syariah Bukopin mudah digunakan
<i>Accurate</i> (akurat)	4. <i>Website/situs</i> Bank Syariah Bukopin tidak selalu <i>error/rusak</i>
	5. ATM Bank Syariah Bukopin tidak selalu <i>error/rusak</i>
	6. <i>Aplikasi mobile banking</i> Bank Syariah Bukopin jarang mengalami <i>error/rusak</i>
<i>Complete</i> (lengkap)	7. Informasi yang dibutuhkan nasabah tersedia lengkap di <i>website/situs</i> Bank Syariah Bukopin
	8. Fasilitas yang dibutuhkan nasabah di dalam ATM Bank Syariah Bukopin cukup lengkap, seperti untuk seperti menarik uang, transfer, pengisian pulsa dan sebagainya
	9. Fasilitas yang dibutuhkan nasabah di dalam aplikasi <i>mobile banking</i> Bank Syariah Bukopin cukup lengkap, seperti untuk seperti menarik uang, transfer, pengisian pulsa dan sebagainya
<i>Economical</i> (ekonomis)	10. Teknologi informasi yang disediakan Bank Syariah Bukopin cukup bermanfaat untuk nasabah
	11. Teknologi informasi yang disediakan Bank Syariah Bukopin cukup membantu memudahkan

Indikator	Pertanyaan Angket
	nasabah dalam bertransaksi
<i>Flexible</i> (fleksibel)	12. Kemampuan teknologi informasi yang disediakan Bank Syariah Bukopin cukup mampu untuk membantu keperluan nasabah yang bermacam-macam
	13. Teknologi informasi yang disediakan Bank Syariah Bukopin tidak usang/ketinggalan jaman
B. Pelayanan	
<i>Reliability</i> (keterandalan)	1. Pelayanan Bank Syariah Bukopin cukup bisa diandalkan
<i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	2. Karyawan Bank Syariah Bukopin cukup tanggap dan cepat ketika melayani nasabah
<i>Competence</i> (pengetahuan dan keahlian)	3. Karyawan Bank Syariah Bukopin cukup ahli dalam menangani pekerjaannya
<i>Access</i> (akses)	4. Layanan Bank Syariah Bukopin mudah didapatkan karena tersebar dimana-mana
<i>Courtesy</i> (kesopansantunan)	5. Karyawan Bank Syariah Bukopin cukup ramah dalam melayani nasabah
<i>Communication</i> (komunikasi)	6. Karyawan Bank Syariah Bukopin mampu berkomunikasi dengan baik sehingga mudah dipahami nasabah
<i>Credibility</i> (kepercayaan)	7. Kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah Bukopin membuat masyarakat percaya kepada bank ini
<i>Security</i> (keamanan)	8. Bertransaksi di Bank Syariah Bukopin cukup aman
<i>Understanding the Customer</i> (memahami pelanggan)	9. Karyawan Bank Syariah Bukopin cukup mampu memahami permasalahan nasabah
<i>Tangibles</i> (bukti fisik)	10. Fasilitas kantor pelayanan Bank Syariah Bukopin

Indikator	Pertanyaan Angket
	cukup baik
C. Kepuasan nasabah	
Kesesuaian harapan	1. Pelayanan yang telah diberikan Bank Syariah Bukopin sesuai dengan keinginan nasabah
	2. Bank Syariah Bukopin cukup mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan
Minat berkunjung kembali	3. Kepuasan yang saya rasakan selama menjadi nasabah Bank Syariah Bukopin menimbulkan keinginan untuk menggunakan produk layanan lain dari bank ini
	4. Karena merasa puas dengan pelayanan selama ini, saya suka mencari informasi tentang produk layanan yang lain dari Bank Syariah Bukopin
Kesediaan merekomendasikan	5. Karena saya puas, maka saya suka menyarankan agar keluarga saya menjadi nasabah Bank Syariah Bukopin
	6. Karena saya puas, maka saya suka menyarankan agar keluarga saya menjadi nasabah Bank Syariah Bukopin

Kuesioner penelitian di atas perlu diujivaliditas dan reabilitasnya, yaitu:

1) Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.⁴⁸ Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut⁴⁹.

⁴⁸Azuar juliandi, Irfan dan Safrinal. *Metode Penelitian Bisnis*. Medan UMSU PRESS, 2005. Hal.76

⁴⁹Azuar Juliandi dan Irfan, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif*", (Bandung: Citapustaka Media Printis, 2013), hal. 175

Rumus untuk menguji validitas adalah⁵⁰:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan: Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item; Y=Skor total yang diperoleh dari seluruh item; $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X; $\sum Y$ =Jumlah skor dalam distribusi Y; $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X; $\sum Y^2$ =Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y; N= Banyaknya responden

Kriteria valid atau tidaknya kuesioner adalah dengan melihat nilai probabilitas yakni nilai Sig⁵¹, seperti berikut ini:

- 1) Valid, jika nilai Sig < $\alpha 0,05$.
- 2) Tidak valid, jika nilai Sig > $\alpha 0,05$

3) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliabel hanya dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah.⁵²

Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha*. Rumus *Cronbach Alpha* adalah⁵³:

$$S_{b^2} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum ab^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan: r_n = reliabilitas instrumen; k= banyaknya butir pertanyaan; $\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir; σ^2 = Varian total

⁵⁰Azuar Juliandi dan Irfan, "Metodologi Penelitian Kuantitatif", (Bandung: Citapustaka Media Printis, 2013), hal. 175

⁵¹Azuar Juliandi dan Irfan, "Metodologi Penelitian Kuantitatif", (Bandung: Citapustaka Media Printis, 2013), hal. 175

⁵²*Ibid*, hal.80

⁵³Masrun, Reliabilitas dan Cara-Cara Menentukannya, (UGM,1979), hal. 135

Kriteria penilaian uji reabilitas: suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$ ⁵⁴.

G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan uji regresi linear ganda untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara teknologi informasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, baik secara parsial maupun secara simultan. Teknik analisis berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y).⁵⁵

Persamaan dari regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ (Keterangan: Y =Variabel Kepuasan Nasabah; a =Konstanta; X_1 =Variabel inovasi produk; X_2 =Variabel kualitas pelayanan; b = Koefisien regresi; e =Variabel pengganggu⁵⁶).

Dari regresi tersebut, maka hal-hal yang akan dianalisis adalah menggunakan tahapan sebagai berikut:

1) Uji determininan (R^2)

Uji determinan pada intinya mengukur ketetapan atau kecocokan garis regresi yang dibentuk dari hasil pendugaan terhadap hasil yang diperoleh. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen⁵⁷.

Rumus untuk mengukur besarnya koefisien determinasi adalah :

$$KD = R^2 \times 100 \%$$

Keterangan : KD =Koefisien Determinan; R^2 =Determinan; 100% : Persentase Kontribusi⁵⁸

⁵⁴Azuar Juliandi dan Irfan, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif*", (Bandung: Citapustaka Media Printis, 2013), hal. 175

⁵⁵dwi Priyanto, 2008, *Mandiri Belajar SPSS*, MediaKom, Yogyakarta, hal. 17-18

⁵⁶Sugiyono.(2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta, hal 192

⁵⁷Imam Ghozali, *op, cit*. Hal. 87

⁵⁸Imam Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat*, Semarang: Universitas Diponegoro

2) Uji F

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$F_{Hitung}: F_h = \frac{[R^2]/k}{[1-R^2]/[n-k-1]}$ (Keterangan: F_h =nilai F-hitung; R^2 =koefisien korelasi ganda; K = Jumlah variabel bebas; n = Jumlah sampel⁵⁹)

Kriteria penarikan kesimpulan untuk uji F di atas adalah dengan melihat probabilitas yakni nilai Sig, seperti berikut ini:

- a) Jika Sig < 0,05 , artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas secara simultan dengan variabel terikat.
- b) Jika Sig > 0,05 , artinya terdapat hubungan antara variabel bebas secara simultan dengan variabel terikat.

3) Uji t

Uji t dipergunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel dalam mempengaruhi variabel dependen. Alasan lain uji t dilakukan yakni yaitu untuk menguji apakah variabel bebas terdapat hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat.⁶⁰

Untuk menguji hipotesis tersebut, digunakan uji t⁶¹:

$$t = \frac{r\sqrt{n} - 2}{\sqrt{1 - r^2}}$$

(Keterangan:t=nilai t hitung; r=koefisien korelasi; n=jumlah data pengamatan).

⁵⁹*Ibid*, hal 81

⁶⁰Fitri Ramdhani. Pengaruh Tingkat Pendidikan, Motivasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nasabah Priority Banking Pada PT. Bank Syariah Kantor Cabang Medan. (Skripsi 2018). Jurusan Perbankan Syariah. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

⁶¹Azuar Juliandi dan Irfan, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif*”, (Bandung: Citapustaka Media Printis, 2013), hal. 175

Kriteria penarikan kesimpulan untuk uji t di atas adalah dengan melihat probabilitas yakni nilai Sig⁶², seperti berikut ini:

- (1) Tolak H₀ jika nilai Sig < α 0,05, Artinya, variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- (2) Terima H₀ jika nilai Sig > α 0,05, Artinya, variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

⁶²Azuar Juliandi dan Irfan, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif*", (Bandung: Citapustaka Media Printis, 2013), hal. 175

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Institusi

1. Sejarah PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Medan

PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Medan sebagai bank yang beroperasi dengan prinsip syariah yang bermula masuknya konsorsium PT. Bank Bukopin, Tbk diakuisisinya PT Bank Persyarikatan Indonesia (sebuah bank konvensional) oleh PT Bank Bukopin, Tbk. Proses akuisisi tersebut berlangsung secara bertahap sejak 2005 hingga 2008, dimana PT Bank Persyarikatan Indonesia yang sebelumnya bernama PT Bank Swansarindo Internasional didirikan di Samarinda, Kalimantan Timur berdasarkan Akta Nomor 102 tanggal 29 Juli 1990 merupakan bank umum yang memperoleh Surat Keputusan Menteri Keuangan nomor 1.659/KMK.013/1990 tanggal 31 Desember 1990 tentang Pemberian Izin Peleburan Usaha 2 (dua) Bank Pasar dan peningkatan status menjadi Bank Umum dengan nama PT Bank Swansarindo Internasional yang memperoleh kegiatan operasi berdasarkan surat Bank Indonesia (BI) nomor 24/1/UPBD/PBD2/Smr tanggal 1 Mei 1991 tentang Pemberian Izin Usaha Bank Umum dan Pemindahan Kantor Bank.

Pada tahun 2001 sampai akhir 2002 proses akuisisi oleh Organisasi Muhammadiyah dan sekaligus perubahan nama PT Bank Swansarindu Internasional menjadi Pt Bank Persyarikatan Indonesia yang memperoleh persetujuan dari (BI) nomor 54/KEP. DGS/2003 tanggal 24 Januari 2003 yang dituangkan ke dalam akta nomor 109 tanggal 31 Januari 2003. Dalam perkembangannya kemudian PT Bank Persyarikatan Indonesia melalui tambahan modal dan asistensi oleh PT Bank Bukopin Tbk, maka pada tahun 2008 setelah memperoleh izin kegiatan usaha bank umum yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia nomor 10/69/KEP.GBI/DP/2008 tanggal 27 Oktober 2008 tentang Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Konvensional Menjadi Bank Syariah, dan

perubahan nama PT Bank Persyarikatan Indonesia Menjadi PT Bank Syariah Bukopin dimana seraca resmi mulai efektif beroperasi tanggal 9 Desember 2008, Kegiatan Operasional Perseroan secara resmi dibuka oleh Bapak M. Jusuf Kalla, Wakil Presiden Republik Indonesia periode 2004-2009. Sampai dengan akhir Desember 2014 Perseroan memiliki jaringan kantor yaitu 1 (satu) Kantor Pusat dan Operasional, 11 (sebelas) Kantor Cabang, 7 (tujuh) Kantor Cabang Pembantu, 4 (empat) Kantor Kas, 1 (satu) unit mobil kas keliling, dan 76 (tujuh puluh enam) Kantor Layanan Syariah, serta 27 (dua puluh tujuh) Mesin ATM BSB dengan jaringan Prima dan ATM Bank Bukopin.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari PT Bank Syariah Bukopin adalah menjadi Bank Syariah pilihan dengan pelayanan terbaik.

Sedangkan misi dari PT. Bank Syariah Bukopin adalah:

- Memberikan pelayanan terbaik pada nasabah
- Membentuk sumber daya insani yang professional dan amanah
- Memfokuskan pengembangan usaha pada sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil & Menengah)
- Meningkatkan nilai tambah kepada stakeholder

3. Logo Perusahaan



3.1 Logo Bank Syariah Bukopin

Adapun visualisasi logo Perseroan berupa sebuah pohon beringin yang terdiri dari :

- a. 8 garis membentuk seluet pohon beringin
- b. 10 garis tipis membentuk lingkaran berwarna hijau

c. Tulisan Bank Syariah Bukopin berwarna biru

Makna logo Bank Syariah Bukopin yaitu pohon beringin pada logo Perseroan memiliki makna mengayomi, memberikan rasa aman, dan berkesan kokoh. Pohon beringin tersebut terbentuk oleh delapan garis tebal yang membentuk beringin yang memberi arti delapan pendiri Perseroan. Sedangkan sepuluh garis tipis yang melintang menggambarkan tanggal berdirinya Perseroan. Simbol ini mengekspresikan kegiatan perbankan yang dinamis yang ditangani secara profesional. Warna hijau pada simbol berarti rasa aman, nyaman, dan kesejahteraan.

1. Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas

1. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan diinginkan. Struktur organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktifitas dan fungsi dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa melapor kepada siapa, jadi ada satu pertanggungjawaban apa yang akan dikerjakan

Berikut ini penulis menjelaskan tentang struktur organisasi PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Medan :

MANA STRUKTURNYA?

JANGAN KERJA TANGGUNG-TANGGUNG

2. Deskripsi Tugas

Deskripsi tugas adalah suatu pernyataan tertulis tentang apa yang senyatanya dilakukan oleh pemegang jabatan, meliputi tugas, wewenang, tanggung jawab yang dengan bagaimana melakukannya, dan dalam kondisi seperti apa jabatan tersebut dilaksanakan.

Berikut ini deskripsi tugas karyawan PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Medan:

a. Manager Operasional

- 1) Bertanggung jawab dalam mengelola dan mengkoordinasikan berbagai kegiatan di bagian Pelayanan dan Operasi.
- 2) Memastikan pelayanan yang diberikan memenuhi kebutuhan nasabah sesuai dengan standard an ketentuan yang berlaku.

b. Internal Control

- 1) *Maintenance* laporan keuangan.
- 2) Rekonsiliasi antar kantor, rekening bank lain dan BI.
- 3) Monitoring jumlah transaksi.
- 4) Verifikasi dokumen transaksi.
- 5) Monitoring *Proofdheet*.
- 6) *Opname* (pemeriksaan pencataan).
- 7) *Reporting* (membuat laporan aktivitas internal kontrol).
- 8) *Maintenance* rekening arsip.

c. SDI (Sumber Daya Insani)

- 1) Sebagai representasi dari Divisi SDI di kantor cabang, yang bertanggung jawab dalam melakukan pelayanan terkait sumber daya manusia kepada karyawan dan manajemen cabang.
- 2) Memastikan terpenuhinya hak-hak karyawan cabang dan dilaksankannya peraturan-peraturan terkait SDI di cabang serta keputusan-keputusan manajemen sesuai ketentuan yang berlaku.

d. Sarana Logistik

- 1) Memastikan sarana dan prasarana siap dan berfungsi dengan baik.
- 2) Menjalankan fungsi operasional dalam memberikan pelayanan kepada pihak intern maupun ekstern.

- 3) Melakukan *checker* dan membukukan transaksi
- 4) Melakukan pengadaan inventaris kantor.
- 5) Melakukan pengisian mesinteraan material
- 6) Membuat laporan untuk kebutuhan intern ataupun ekstern.

e. *Customer Service*

- 1) Memberikan informasi produk terkini kepada calon dan *existing* nasabah dengan cara menggali potensi bisnis untuk menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.
- 2) Melayani transaksi *non cash* (seperti : pembukuan/ penutupan rekening, aktivitas ATM, pelayanan SDB, permintaan dan aktivitas cek / Bilyet Giro, dll) untuk memastikan transaksi dilakukan secara tepat dan akurat.
- 3) Melakukan verifikasi awal terhadap transaksi *non cash* untuk memastikan tidak adanya kesalahan dalam transaksi.
- 4) Menangani keluhan dan pengaduan nasabah serta berkoordinasi dengan pihak-pihak internal terkait untuk memastikan keluhan dan pengaduan tersebut ditangani dengan tepat.
- 5) Menyusun laporan berkala terkait data serta transaksi nasabah untuk memenuhi kewajiban pelaporan secara akurat dan tepat waktu.
- 6) Memahami dan mematuhi kode etik dan peraturan perusahaan untuk menjaga kesinambungan usaha serta keselarasan hubungan antar bagian dan antar karyawan.
- 7) Secara proaktif melakukan upaya-upaya pengembangan diri untuk memastikan terpenuhinya persyaratan kompetensi terkait pekerjaan.
- 8) Melakukan penugasan-penugasan lain sesuai kebutuhan dan/atau arahan dari *supervisi*.

f. Teller

- 1) Melakukan proses transaksi di system AS-400 untuk memastikan bahwa transaksi terselesaikan dengan benar (tepat jumlah, tepat waktu, tepat dalam *counterpart*/nasabah yang dituju.

- 2) Melaksanakan pemeriksaan kembali (*re-checking*) atas kebenaran transaksi harian (*call back*) untuk memastikan semua transaksi harian dibukukan secara akurat sesuai dengan ketentuan.
 - 3) Menjaga dan membina hubungan yang harmonis dengan unit bisnis maupun nasabah, dalam rangka meminimalisasi *complain* yang terkait dengan transaksi nasabah.
 - 4) Memahami, melaksanakan upaya-upaya pengembangan diri untuk memastikan terpenuhinya persyaratan kompetensi terkait pekerjaan.
 - 5) Melakukan penugasan-penugasan lain sesuai kebutuhan dan/atau arahan dari supervisi.
- g. Support Pembiayaan.
- 1) ADMP (Administrasi Pembiayaan)
 - a) *Dropping* pinjaman.
 - b) Perpanjang pembiayaan.
 - c) Penurunan *outstanding* pinjaman/pelunasan sebagian.
 - d) Pelunasan pinjaman.
 - e) *Dropping* bank garansi.
 - f) Penyelesaian bank garansi.
 - g) Pembebanan kewajiban debitur.
 - h) Pembebanan *margin* bagi hasil tertunda.
 - i) *Monitoring* neraca dan *list* saldo.
 2. ADML (Administrasi & laporan)
 - a) Membuat *martury profile*.
 - b) Membuat laporan BMPK.
 - c) Membuat laporan penyediaan dana pihak terkait.
 - d) Membuat laporan pembiayaan terstruktur.
 - e) Membuat laporan debitur dan depositan inti.
 - f) Membuat laporan neraca direktorat.
 - g) Membuat laporan 100 debitur dan 10 group.
 - h) Membuat laporan DPK pihak terkait.
 - i) Membuat draft neraca laba rugi proses administrasi untuk LBUS /LSMK.

- j) Membuat laporan profil risiko.
 - k) Membuat laporan rekening administratif LSMK.
 - l) Membuat laporan SKDBN.
- h. Legal
- 1) Memeriksa berkas nasabah dari S/A untuk pembukuan rekening Koran.
 - 2) Memeriksa dokumen yang keluar untuk masuk *save keeping*.
 - 3) Melaksanakan tugas-tugas yang didelegasikan seperti analisa/opini yuridis.
 - 4) Mempersiapkan rencana komite *meeting*.
 - 5) Memeriksa draft surat persetujuan pemberian fasilitas pembiayaan (SPPFP) dari AO.
 - 6) Mempersiapkan rencana pengikatan pembiayaan baik secara notarial maupun bawah tangan.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, penulis menjadikan pengolahan data dalam bentuk kuisisioner atau angket yang terdiri dari 13 pertanyaan untuk variabel X1 (teknologi informasi), 10 pertanyaan untuk variabel X2 (kualitas pelayanan), dan 6 pertanyaan untuk variabel Y (kepuasan nasabah).

Responden penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Medan sebanyak 50 orang, yang terdiri dari beberapa karakteristik, baik jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, lama menjadi nasabah. Dari kuisisioner yang disebarakan diperoleh data nasabah sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Dari jumlah 50 responden yang diteliti, banyaknya responden diteliti sebanyak 21 nasabah laki-laki dan 29 nasabah perempuan terlihat dari tabel dibawah ini :

Tabel 4.1**Jenis Kelamin**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	laki-laki	21	42,0	42,0	42,0
	Perempuan	29	58,0	58,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa berdasarkan karakteristik jenis kelamin, minoritas responden berjenis kelamin laki-laki 21 orang (42%) dan mayoritas jenis kelamin perempuan 29 orang (58%).

b. Usia

Untuk lebih membantu, berikut penulis sajikan tabel berdasarkan usia responden dari angket atau kuisioner yang penulis sebarakan yaitu :

Tabel 4.2**Usia**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	<21 thn	7	14,0	14,0	14,0
	21-30 thn	13	26,0	26,0	40,0
	31-40 thn	23	46,0	46,0	86,0
	41-50 thn	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa banyaknya responden pada kelompok usia <21 tahun adalah 7 orang atau (14%), usia 21-30 tahun adalah 13 orang atau (26%), usia 31-40 tahun adalah 23 orang atau (46%), usia 41-50 tahun adalah 7 orang atau (14%).

c. Pendidikan Terakhir

Untuk lebih membantu, berikut penulis sajikan tabel berdasarkan pendidikan terakhir responden dari angket atau kuisioner yang penulis sebarakan yaitu :

Tabel 4.3

Pendidikan

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Sma	20	40,0	40,0	40,0
	S1	23	46,0	46,0	86,0
	S2	6	12,0	12,0	98,0
	S3	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa banyaknya responden pada kelompok SMA adalah 20 orang atau (40%), S1 adalah 23 orang atau (46%), S2 adalah 6 orang atau (12%), S3 adalah 1 orang atau (2%).

d. Pekerjaan

Untuk lebih membantu, berikut penulis sajikan tabel berdasarkan pekerjaan responden dari angket atau kuisioner yang penulis sebarakan yaitu :

Tabel 4.4

Pekerjaan

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	pegawai pemerintah/ TNI/Polri	17	34,0	34,0	34,0
	pegawai/karyawan swasta	9	18,0	18,0	52,0
	pedagang/pebisnis/wi raswasta/petani	9	18,0	18,0	70,0
	ibu rumah tangga	9	18,0	18,0	88,0

Mahasiswa	4	8,0	8,0	96,0
Pelajar	2	4,0	4,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa banyaknya responden pada jenis pekerjaan diketahui bahwa responden bekerja sebagai pegawai pemerintah/TNI/Polri adalah 17 orang atau (34%), pegawai/karyawan swasta adalah 9 orang atau (18%), pedagang/pebisnis/wiraswasta/petani adalah 9 orang atau (18%), ibu rumah tangga adalah 9 orang atau (18%), mahasiswa adalah 4 orang atau (8%), pelajar adalah 2 orang atau (4%).

e. Lama Menjadi Nasabah

Untuk lebih membantu, berikut penulis sajikan tabel berdasarkan lama menjadi nasabah dari angket atau kuisisioner yang penulis sebarakan yaitu :

Tabel 4.5

lama menjadi nasabah

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid <1 thn	9	18,0	18,0	18,0
1-5 thn	22	44,0	44,0	62,0
5-10 thn	18	36,0	36,0	98,0
>10 thn	1	2,0	2,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa banyaknya responden pada kelompok lama menjadi nasabah <1 tahun adalah 9 orang atau (18%), 1-5 tahun adalah 22 orang atau (44%), 5-10 tahun adalah 18 orang atau (36%), >10 tahun adalah 1 orang atau (2%).

C. Penyajian Data

Untuk lebih membantu, berikut penulis sajikan tabel hasil skor jawaban responden dari angket atau kuisisioner yang penulis sebarakan yaitu :

Tabel 4.6
Skor Angket Untuk Variabel X1 (Teknologi Informasi)

No Pernyataan	Jawaban											
	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	6	14	25	48	12	24	7	14	0	0	50	100
2	10	22	24	46	12	24	4	8	0	0	50	100
3	7	14	19	38	17	34	7	14	0	0	50	100
4	2	4	14	28	21	42	12	24	1	2	50	100
5	1	2	11	22	20	40	17	34	1	2	50	100
6	1	2	11	22	23	46	14	28	1	2	50	100
7	10	18	16	34	22	44	2	4	0	0	50	100
8	1	2	20	40	25	52	3	4	1	2	50	100
9	0	0	21	42	23	46	4	8	2	4	50	100
10	2	4	26	52	19	38	3	6	0	0	50	100
11	2	4	22	44	24	48	2	4	0	0	50	100
12	1	2	18	36	26	52	4	8	1	2	50	100
13	7	14	15	30	25	50	3	6	0	0	50	100

Dari tabel di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Pernyataan “ *website/situs* Bank Syariah Bukopin mudah digunakan” menunjukkan 6 orang responden (12%) menyatakan sangat setuju, 25 orang responden (50%) menyatakan setuju, 12 orang responden (24%) menyatakan netral, 7 orang responden (14%) menyatakan tidak setuju.
- b. Pernyataan “ATM Bank Syariah Bukopin mudah digunakan” menunjukkan 11 orang responden (22%) menyatakan sangat setuju, 23 orang responden (46%) menyatakan setuju, 12 orang responden (24%) menyatakan netral, 4 orang responden (8%) menyatakan tidak setuju.
- c. Pernyataan “ Aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Bukopin mudah digunakan” menunjukkan 7 orang responden (14%) menyatakan sangat setuju, 19 orang responden (38%) menyatakan setuju, 17 orang responden (24%) menyatakan netral, 7 orang responden (14%) menyatakan tidak setuju.
- d. Pernyataan “ *Website/situs* Bank Syariah Bukopin tidak selalu *error/rusak* menunjukkan 2 orang respondem (4%) menyatakan sangat setuju, 14 orang responden (28%) menyatakan setuju, 21 orang responden (42%)

- menyatakan netral, 12 orang responden (24%) menyatakan tidak setuju, 1 orang responden (2%) menyatakan sangat tidak setuju.
- e. Pernyataan “ATM Bank Syariah Bukopin tidak selalu *error/rusak*” menunjukkan 1 orang responden (2%) menyatakan sangat setuju, 11 orang responden (22%) menyatakan setuju, 20 orang responden (40%) menyatakan netral, 17 orang responden (34%) menyatakan tidak setuju, 1 orang responden (2%) menyatakan sangat tidak setuju.
- f. Pernyataan “ Aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Bukopin jarang mengalami *error/rusak*” menunjukkan 1 orang responden (2%) menyatakan sangat setuju, 11 orang responden (22%) menyatakan setuju, 23 orang responden (26%) menyatakan netral, 14 orang responden (28%) menyatakan tidak setuju, 1 orang responden (2%) menyatakan sangat tidak setuju.
- g. Pernyataan “Informasi yang di butuhkan nasabah tersedia lengkap di *website/situs* Bank Syariah Bukopin” menunjukkan 9 orang responden (18%) menyatakan sangat setuju, 17 orang responden (34%) menyatakan setuju, 22 orang responden (44%) menyatakan netral, 2 orang responden (4%) menyatakan tidak setuju.
- h. Pernyataan “Fasilitas yang dibutuhkan nasabah di dalam ATM Bank Syariah Bukopin cukup lengkap, seperti untuk menarik uang, transfer, pengisian pulsa dan sebagainya” menunjukkan 1 orang responden (2%) menyatakan sangat setuju, 20 orang responden (40%) menyatakan setuju, 26 orang responden (52%) menyatakan netral, 2 orang responden (4%) menyatakan tidak setuju, 1 orang responden (2%) menyatakan sangat tidak setuju.
- i. Pernyataan “ Fasilitas yang dibutuhkan nasabah di dalam aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Bukopin cukup lengkap, seperti untuk menarik uang, transfer, pengisian pulsa dan sebagainya” menunjukkan 21 orang responden (42%) menyatakan setuju, 23 orang responden (46%) menyatakan netral, 4 orang responden (8%) menyatakan tidak setuju, 2 orang responden (4%) menyatakan sangat tidak setuju.
- j. Pernyataan “Teknologi Informasi yang disediakan Bank Syariah Bukopin cukup bermanfaat untuk nasabah” menunjukkan 2 orang responden (4%)

menyatakan sangat setuju, 26 orang responden (52%) menyatakan setuju, 19 orang responden (38%) menyatakan netral, 3 orang responden (6%) menyatakan tidak setuju.

- k. Pernyataan “Teknologi informasi yang disediakan Bank Syariah Bukopin cukup membantu memudahkan nasabah dalam bertransaksi” menunjukkan 2 orang responden (4%) menyatakan sangat setuju, 22 orang responden (44%) menyatakan setuju, 24 orang responden (48%) menyatakan netral, 2 orang responden (4%) menyatakan tidak setuju.
- l. Pernyataan “Kemampuan teknologi informasi yang disediakan Bank Syariah Bukopin cukup mampu untuk membantu keperluan nasabah yang bermacam-macam” menunjukkan 1 orang responden (2%) menyatakan sangat setuju, 18 orang responden (36%) menyatakan setuju, 26 orang responden (52%) menyatakan netral, 4 orang responden (4%) menyatakan tidak setuju, 1 orang responden (2%) menyatakan sangat tidak setuju.
- m. Pernyataan “Teknologi informasi yang disediakan Bank Syariah Bukopin tidak usang/ketinggalan jaman” menunjukkan 7 orang responden (14%) menyatakan sangat setuju, 15 orang responden (30%) menyatakan setuju, 25 orang responden (50%) menyatakan netral, 3 orang responden (6%) menyatakan tidak setuju.

Tabel 4.7

Skor Angket Untuk Variabel X2 (Kualitas Pelayanan)

No Pernyataan	Jawaban											
	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	2	4	25	50	18	36	4	8	1	2	50	100
2	3	6	18	36	21	42	7	14	1	2	50	100
3	1	2	13	26	26	52	10	20	0	0	50	100
4	1	2	11	22	19	38	17	34	2	4	50	100
5	3	6	17	34	20	40	7	14	3	6	50	100
6	5	10	24	48	11	22	7	14	3	6	50	100
7	1	2	21	42	26	52	2	4	0	0	50	100
8	7	14	21	42	21	42	1	2	0	0	50	100
9	1	2	17	34	25	50	7	14	0	0	50	100
10	4	8	15	30	27	54	4	8	0	0	50	100

Dari tabel di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Pernyataan “Pelayanan Bank Syariah Bukopin cukup bisa diandalkan” menunjukkan 2 orang responden (4%) menyatakan sangat setuju, 25 orang responden (50%) menyatakan setuju, 18 orang responden (16%) menyatakan netral, 4 orang responden (8%) menyatakan tidak setuju, 1 orang responden (2%) menyatakan sangat tidak setuju.
- b. Pernyataan “Karyawan Bank Syariah Bukopin cukup tanggap dan cepat ketika melayani nasabah” menunjukkan 3 orang responden (6%) menyatakan sangat setuju, 18 orang responden (36%) menyatakan setuju, 21 orang responden (42%) menyatakan netral, 7 orang responden (14%) menyatakan tidak setuju, 1 orang responden (2%) menyatakan sangat tidak setuju.
- c. Pernyataan “Karyawan Bank Syariah Bukopin cukup ahli dalam menangani pekerjaannya” menunjukkan 1 orang responden (2%) menyatakan sangat setuju, 13 orang responden (34%) menyatakan setuju, 26 orang responden (52%) menyatakan netral, 10 orang responden (20%) menyatakan tidak setuju.
- d. Pernyataan “Layanan Bank Syariah Bukopin mudah didapatkan karena tersebar dimana-mana” menunjukkan 1 orang responden (2%) menyatakan sangat setuju, 11 orang responden (22%) menyatakan setuju, 19 orang responden (38%) menyatakan netral, 17 orang responden (34%) menyatakan tidak setuju, 2 orang responden (4%) menyatakan sangat tidak setuju.
- e. Pernyataan “Karyawan Bank Syariah Bukopin cukup ramah dalam melayani nasabah” menunjukkan 3 orang responde (6%) menyatakan sangat setuju, 17 orang responden (34%) menyatakan setuju, 20 orang responden (40%) menyatakan netral, 7 orang responden (14%) menyatakan tidak setuju, 3 orang responden (6%) menyatakan sangat tidak setuju.
- f. Pernyataan “Karyawan Bank Syariah Bukopin mampu berkomunikasi dengan baik sehingga dipahami nasabah” menunjukkan 5 orang responden (10%) menyatakan sangat setuju, 24 orang responden (48%) menyatakan setuju, 11 orang responden (22%) menyatakan netral, 7 orang responden

(14%) menyatakan tidak setuju, 3 orang responden (6%) menyatakan sangat tidak setuju.

- g. Pernyataan “Kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah Bukopin membuat masyarakat percaya kepada bank ini” menunjukkan 1 orang responden (2%) menyatakan sangat setuju, 21 orang responden (42%) menyatakan setuju, 26 orang responden (52%) menyatakan netral, 2 orang responden (4%) menyatakan tidak setuju.
- h. Pernyataan “Bertransaksi di Bank Syariah Bukopin cukup aman” menunjukkan 7 orang (14%) menyatakan sangat setuju, 21 orang responden (42%) menyatakan setuju, 21 orang responden (42%) menyatakan netral, 1 orang responden (2%) menyatakan tidak setuju.
- i. Pernyataan “Karyawan Bank Syariah Bukopin cukup mampu memahami permasalahan nasabah” menunjukkan 1 orang responden (2%) menyatakan sangat setuju, 17 orang responden (34%) menyatakan setuju, 25 orang responden (50%) menyatakan netral, 7 orang responden (14%) menyatakan tidak setuju.
- j. Pernyataan “Fasilitas kantor pelayanan Bank Syariah Bukopin cukup baik” menunjukkan 4 orang responden (8%) menyatakan sangat setuju, 15 orang responden (30%) menyatakan setuju, 27 orang responden (52%) menyatakan netral, 4 orang responden (8%) menyatakan tidak setuju.

Tabel 4.8

Skor Angket Untuk Variabel Y (Kepuasan Nasabah)

No Pernyataan	Jawaban											
	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	25	50	20	40	5	10	0	0	50	100
2	0	0	27	54	16	32	6	12	1	0	50	100
3	0	0	20	40	26	52	3	6	1	2	50	100
4	3	6	13	26	28	56	6	12	0	0	50	100
5	1	2	13	26	30	60	6	12	0	0	50	100
6	4	8	13	26	27	54	6	12	0	0	50	100

Dari tabel di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Pernyataan “Pelayanan yang telah diberikan Bank Syariah Bukopin sesuai dengan keinginan nasabah” menunjukkan 25 orang responden (50%) menyatakan setuju, 20 orang responden (40%) menyatakan netral, 5 orang responden (10%) menyatakan tidak setuju.
- b. Pernyataan “Bank Syariah Bukopin cukup mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan” menunjukkan 27 orang responden (52%) menyatakan setuju, 16 orang responden (32%) menyatakan netral, 6 orang responden (12%) menyatakan tidak setuju, 1 orang responden (2%) menyatakan sangat tidak setuju.
- c. Pernyataan “Kepuasan yang saya rasakan selama menjadi nasabah Bank Syariah Bukopin menimbulkan keinginan untuk menggunakan produk layanan lain dari bank ini” menunjukkan 20 orang responden (40%) menyatakan setuju, 26 orang responden (52%) menyatakan netral, 3 orang responden (6%) menyatakan tidak setuju, 1 orang responden (2%) menyatakan sangat tidak setuju.
- d. Pernyataan “Karena merasa puas dengan pelayanan selama ini, saya suka mencari informasi tentang produk layanan yang lain dari Bank Syariah Bukopin” menunjukkan 3 orang responden (6%) menyatakan sangat setuju, 13 orang responden (26%) menyatakan setuju, 28 orang responden (54%) menyatakan netral, 6 orang responden (12%) menyatakan tidak setuju.
- e. Pernyataan “Karena saya puas, maka saya suka menyarankan agar keluarga saya menjadi nasabah Bank Syariah Bukopin” menunjukkan 1 orang responden (2%) menyatakan sangat setuju, 13 orang responden (26%) menyatakan setuju, 30 orang responden (60%) menyatakan netral, 6 orang responden (12%) menyatakan tidak setuju.
- f. Pernyataan “Karena saya puas, maka saya suka menyarankan agar keluarga saya menjadi nasabah Bank Syariah Bukopin” menunjukkan 4 orang respon (8%) menyatakan sangat setuju, 13 orang responden (26%) menyatakan setuju, 27 orang responden (54%) menyatakan netral, 6 orang responden (12%) menyatakan tidak setuju.

D. Analisis Data

1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Program yang digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen dalam program komputer *Statistic Program For Social Science (SPSS)* versi 22 yang terdiri dari uji validitas dan reabilitas. Dari 50 orang daftar pertanyaan (kuisisioner) yang dijawab dan dikembalikan responden, penulis menginput nilai-nilainya untuk bahan pengujian. Uji validitas menggunakan kriteria nilai sig dan membandingkannya dengan taraf signifikan (α) yang ditentukan peneliti. Bila nilai sig ≤ 0.005 , maka instrumen valid, jika nilai sig $\geq 0,05$, maka butir instrumen tidak valid.

- Tolak H_0 , jika probabilitas yang dihitung \leq probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,005 (sig $\leq 0,05$)
- Tolak H_0 , jika probabilitas yang dihitung \geq probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,005 (sig $\geq 0,05$). Kesimpulannya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Probabilitas	Keterangan
Teknologi Informasi (X1)	Item 1	0.000 < 0.05	Valid
	Item 2	0.000 < 0.05	Valid
	Item 3	0.000 < 0.05	Valid
	Item 4	0.000 < 0.05	Valid
	Item 5	0.000 < 0.05	Valid
	Item 6	0.000 < 0.05	Valid
	Item 7	0.001 < 0.05	Valid
	Item 8	0.004 < 0.05	Valid
	Item 9	0.033 < 0.05	Valid
	Item 10	0.000 < 0.05	Valid
	Item 11	0.000 < 0.05	Valid
	Item 12	0.000 < 0.05	Valid
	Item 13	0.015 < 0.05	Valid
Kualitas Peelayanan (X2)	Item 1	0.000 < 0.05	Valid
	Item 2	0.000 < 0.05	Valid
	Item 3	0.000 < 0.05	Valid
	Item 4	0.000 < 0.05	Valid
	Item 5	0.000 < 0.05	Valid
	Item 6	0.000 < 0.05	Valid

	Item 7	$0.000 < 0.05$	Valid
	Item 8	$0.000 < 0.05$	Valid
	Item 9	$0.003 < 0.05$	Valid
	Item 10	$0.014 < 0.05$	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Item 1	$0.000 < 0.05$	Valid
	Item 2	$0.000 < 0.05$	Valid
	Item 3	$0.000 < 0.05$	Valid
	Item 4	$0.000 < 0.05$	Valid
	Item 5	$0.000 < 0.05$	Valid
	Item 6	$0.000 < 0.05$	Valid

Dari semua butir pertanyaan untuk masing-masing variabel (teknologi informasi, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah) ternyata semua pertanyaan mempunyai status valid atau absah artinya setiap butir pertanyaan sah untuk dijadikan instrumen penelitian . selanjutnya butir instrumen yang valid di atas diuji reabilitasnya untuk mengetahui apakah seluruh butir pertanyaan dari tiap variabel yang diteliti. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha > 0.6 .

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Reliabilitas	Status
Teknologi Informasi (X1)	0.836	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.863	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0.869	Reliabel

Dari data di atas menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach's Alpha > 0.60 . Hal ini menunjukkan bahwa teknologi informasi, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah dapat dikatakan variabel.

2. Pengujian Hipotesis

a. Model Regresi Linear Berganda

Untuk lebih membantu, berikut penulis sajikan tabel model regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	3,003	2,790	
teknologi informasi (x1)	,234	,075	,421
kualitas pelayanan (x2)	,198	,083	,323

Dari perhitungan dengan menggunakan program komputer dengan menggunakan SPSS (*Statistical Program For Social Schedule*) versi 22 didapat :

$$a = 3.003$$

$$b_1 = 0.234$$

$$b_2 = 0.198$$

Jadi persamaan regresi linier ganda untuk 2 prediktor (teknologi informasi dan pelayanan) adalah :

$$Y = 0.003 + 0.234 X_1 + 0.198 X_2$$

Persamaan diatas memperlihatkan bahwa semua variabel bebas (teknologi informasi dan kualitas pelayanan) memiliki b_i yang positif, berarti seluruh variabel bebas mempunyai hubungan yang searah terhadap variabel Y (kepuasan nasabah).

b. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau teknologi informasi (X_1) Dan kualitas pelayanan (X_2) secara parsial ataupun individu berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau kepuasan nasabah (Y)

Tabel 4.12
Hasil Uji T

Untuk lebih membantu, berikut penulis sajikan tabel hasil uji t sebagai berikut:

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,003	2,790		1,076	,287
teknologi informasi (x1)	,234	,075	,421	3,108	,003
kualitas pelayanan (x2)	,198	,083	,323	2,384	,021

Sumber Data Diolah SPSS (22)

Hasil pengujian statistik (uji t) pada tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kepuasan Nasabah

H₀ : Teknologi informasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H_a : Teknologi informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil uji t pada variabel Teknologi Informasi (X₁) diperoleh probabilitas Sig sebesar 0.003. nilai Sig < 0,05 (0.003<0,05) maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H₀ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan variabel teknologi informasi (X₁) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Medan.

Adapun untuk melihat besarnya pengaruh teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah adalah dengan melihat pada tabel beta dalam kolom *Standardized Coefficient*. Dari tabel diatas diperoleh beta untuk variabel teknologi informasi adalah sebesar 0.234 atau sebesar 23,4 % artinya besarnya pengaruh teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 23,4%, nilai tersebut menunjukkan nilai yang positif dan signifikan yang artinya apabila

teknologi informasi mengalami peningkatan maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan. Begitu juga sebaliknya apabila teknologi informasi mengalami penurunan maka kepuasan nasabah akan menurun pula.

2) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

H₀ : Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H_a : Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan (X₂) diperoleh probabilitas Sig sebesar 0.021. Nilai Sig < 0.05 (0.021 < 0.05), maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan variabel kualitas pelayanan (X₂) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Medan.

Adapun untuk melihat besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah adalah dengan melihat pada tabel beta dalam kolom *Standardized Coefficient*. Dari tabel di atas diperoleh beta untuk variabel kualitas layanan adalah sebesar 0.198 atau sebesar 19,8% artinya besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 19,8%, nilai tersebut menunjukkan nilai yang positif dan signifikan yang artinya apabila kualitas layanan mengalami peningkatan maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan. Begitu juga sebaliknya apabila kualitas layanan mengalami penurunan maka kepuasan nasabah akan menurun pula.

c. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh secara bersama-sama teknologi informasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

H₀ : teknologi informasi dan kualitas layanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H_a : teknologi informasi dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 4.13**Hasil Uji F****ANOVA^a**

Model		<i>Sum of Squares</i>	Df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
1	<i>Regression</i>	247,171	2	123,586	18,725	,000 ^b
	<i>Residual</i>	310,209	47	6,600		
	Total	557,380	49			

Dari tabel Anova diperoleh nilai probabilitas Sig sebesar 0.000. karena nilai Sig < 0.05 (0.000 < 0.05), maka keputusannya adalah H₀ ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya signifikan artinya bahwa teknologi informasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

d. Uji Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nilai nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel dalam menerangkan variabel dependen sangat terbatas. Nilai R² mendekati satu berarti variabel dependen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Berikut adalah nilai koefisien determinasi dari penelitian ini yang diperoleh dari hasil SPSS (22).

Tabel 4.14
Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Model Summary				
Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,666 ^a	,443	,420	2,56908

Dari tabel diatas diperoleh besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu 0.666 atau 66,6%. Nilai R intinya mengukur seberapa besar hubungan antara tingkat teknologi informasi dan kualitas pelayanan memiliki hubungan sebesar 66% terhadap kepuasan nasabah.

Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R^2) R square sebesar 0.443 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas tingkat teknologi informasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 44,3% sedangkan sisanya 55,7% dipengaruhi variabel lain.

E. Interpretasi Hasil Analisis Data

setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan penggunaan penyebaran angket (kuisisioner) yang diajukan kepada nasabah Bank Syariah Bukopin dan diisi oleh para nasabah, maka tujuan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan :

1. Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Bikopin Cabang Medan

Penelitian mengenai teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah ada PT Bank Syariah Bukopin Cabang Medan. Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan pada variabel teknologi informasi diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,003. Nilai Sig $0,003 < 0,05$, maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya teknologi informasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dari keinginan nasabah untuk menggunakan jasa berbasis teknologi informasi yang ada pada bank Syariah Bukopin dengan layanan teknologi informasi yang mudah, cepat dan aman.

simmons mengemukakan bahwa layanan berbasis teknologi informasi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan informasi yang baik akan memberikan kepuasan bagi penerima informasi sehingga membuat penerima akan terus-menerus menggunakan layanan teknologi informasi tersebut.⁶³

Berdasarkan penelitian terdahulu maka hasil penelitian ini sejalandengan penelitian dilakukan oleh Yuliana Anggraeni. Dalam penelitian tersebut disebutkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antar teknologi infomasi terhadap kepuasan nasabah pada Bank di Kota Semarang.

2. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Medan

Penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah Bukopin Cabang Medan. Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan pada variabel kualitas pelayanan diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,021. Nilai Sig $0,021 < 0,05$, maka keputusannya adalah H_0 di tolak dan H_a di terima, artinya kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dari keinginan nasabah untuk menggunakan jasa yang ada di bank Syariah Bukopin dengan kualitas layanan yang baik, ramah tamah, sopan santun serta memenuhi keinginan atau kebutuhan nasabah.

Lopiyoadi mengemukakan bahwa kualitas pelayanan karyawan terhadap pelanggan berpengaruh secara asimetris terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang buruk berakibat besar terhadap kepuasan konsumen dari pada pelayanan yang dikategorikan baik.⁶⁴

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Imelda. Dalam peneltian tersebut disebutkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antar kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang A. Rivai Palembang.

⁶³ Simon S.K Lam. *Servqual: A Tool For Measuring Patiens Option Of Hospital Service Quality* , Jakarta :ANDI , 2001

⁶⁴ Lopiyoadi, *Management Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Jakarta: Salemba Empat.2013

Penelitian ini juga pernah diteliti oleh Nasib dan Imansyah ditemukan bahwa sebagian besar faktor pembentuk kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan yang baik merupakan faktor yang perlu mendapatkan perhatian khusus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.⁶⁵

3. Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Medan

Berdasarkan uji f secara bersama-sama variabel teknologi informasi dan kualitas pelayanan diperoleh Sig sebesar 0.000. karena nilai Sig < 0.05 (0.000 < 0.05), maka keputusannya adalah H₀ ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya signifikan artinya bahwa teknologi informasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank Syariah Bukopin Cabang Medan. Yakni model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan nasabah atau dapat dikatakan bahwa teknologi informasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari rasa kecintaan nasabah terhadap teknologi informasi yang bervariasi ditambah dengan kualitas teknologi informasi yang lebih baik serta pelayanan jasa yang diberikan mampu memenuhi keinginan nasabah

Faye Zhu mengemukakan layanan berbasis teknologi informasi dan kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan memiliki pengaruh langsung bagi pelanggan sehingga pelayanan yang baik dari segi teknologi informasi maupun kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan membantu penyedia jasa tersebut mencapai tingkat pelayanan yang lebih tinggi. Semakin tinggi peranan teknologi dan kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat kepuasan pelanggannya.⁶⁶

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Harun Al Rasyid. Dalam penelitian

⁶⁵ Nasib dan Imansyah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Kolam Renang Bengawan Solo Pangkalan Branda)*, Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis. Vol 18 No. 1, 30-44, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2007

⁶⁶ Faye x Zhu. *IT Based Service And Service Quality In Consumer Banking*. Yogyakarta BPF, 2002

tersebut disebutkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara teknologi informasi dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah.⁶⁷

⁶⁷ Harun Al Rasyid. *Pengaruh Pemanfaatan Teknologi dan Kualita Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ecodemica, Vol. 1 No. 2 September 2017

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai Sig $0,003 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa teknologi informasi yang ada pada bank Syariah Bukopin Cabang Medan dapat memberikan pelayanan teknologi informasi yang baik terhadap nasabahnya dengan memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Semakin tinggi tingkat layanan berbasis teknologi informasi yang dilakukan akan semakin meningkatkan nasabah untuk memutuskan bertransaksi di PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Medan

2. kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai Sig $0,021 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa layanan yang ada pada bank Syariah Bukopin Cabang Medan dapat memberikan pelayanan yang baik, sopan, ramah, dan tanggap. Semakin tinggi tingkat layanan yang dilakukan akan semakin meningkatkan nasabah untuk memutuskan bertransaksi serta menjadikan Bank Syariah Bukopin Cabang Medan lembaga dengan citra yang baik kedepannya.

3. Teknologi informasi dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil tersebut dapat diketahui dengan melihat perolehan dari hasil uji f, dimana diperoleh nilai nilai pada dapa uji f sebesar 0.000 (Sig < 0.05). teknologi informasi. Hal ini dapat dilihat dari rasa kecintaan nasabah terhadap teknologi informasi yang

bervariasi ditambah dengan kualitas teknologi informasi yang lebih baik serta pelayanan jasa yang diberikan mampu memenuhi keinginan nasabah

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang telah di kemukakan dalam penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran dengan harapan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pihak yang terkait:

1. Bagi Bank Syariah Bukopin Cabang Medan diharapkan harus lebih meningkatkan teknologi informasi yang baik cepat mudah dan aman sehingga menimbulkan rasa puas terhadap nasabah dan akan menghantarkan bank Syariah Bukopin menjadi lembaga dengan citra yang baik kedepannya.
2. Bagi Bank Syariah Bukopin Cabang Medan diharapkan untuk lebih meningkatkan kualitas SDM yang baik dan didukung oleh pelayanan yang tinggi, maka hal itu akan menghantar lembaga perbankan menuju kesuksesan, karena kemampuan SDM yang dimiliki sangat menentukan citra yang baik bagi lembaga perbankan agar tetap merasa puas dalam menggunakan jasanya.
3. Bagi peneliti yang akan datang diharapkan untuk meneliti kinerja yang dimiliki Perbankan Syariah yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tidak hanya mencakup teknologi informasi dan kualitas layanan saja. Sehingga dianjurkan bagi penelitian selanjutnya agar dapat menggunakan data yang lebih banyak lagi, sehingga hasil penelitiannya lebih baik. Selain itu objek yang dipakai dalam penelitian ini masih satu perbankan sehingga diharapkan peneliti yang akan datang mengambil dari keseluruhan perbankan syariah yang ada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahan, *Surat AL- Baqarah* ayat 267.
- Anggi, Garnis, *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Word Of Mouth*. JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ISSN. 2442-6962 Vol. 4, No. 2, 2015).
- Anggraeni, Yuliana, *Jurnal Pengaruh Pelayanan Berbasis Teknologi Informasi terhadap Kepuasan Nasabah di kota Semarang*.
- Agus, Budi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta, 2005).
- Darmawan, Deni *Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, (Bandung,2012).
- Dwitayanti, Yevi, *Jurnal .Dampak Implementasi Sistem Informasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa*.
- F, Andreani. *Experiential Marketing (sebuah pendekatan pemasaran)*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 2, No 1, 2007.
- Gerson, F *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PPM, 2004).
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013).
- Irene. *Manajemen Pemasaran Usaha Kesehatan*. (Jogjakarta : Nuha Medika, 2010).
- Ismail. *Perbankan Syariah*, (Jakarta:Kencana, 2011).
- Ikhsan Afran, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Bandung: Citapustaka Media, 2014).
- Irfiani, Eni, *Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Terhadap Kinerja Karyawan*. *Jurnal PARADIGMA* Vol. XVII. No. 2 September 2015.
- Imelda, Sri, "*Kualitas Pelayanan Customer Service dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI*". *Jurnal INTEKNA*. Vol 17, No. 2, 2017.
- Juliandi, Azuar dan Irfan. *Metode Penelitian*. Bandung: Ciptakan Pustaka Media Perintis 2013.
- Juang Novrianto, *Jurnal Valuta* Vol 2 No 2.
- Jasfar, Farida, *Manajemen Jasa Terpadu* (Jakarta:Ghalia Indonesia,2009).

- Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005).
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jilid 1. (Penerbit Erlangga: 2003).
- Marlin, Agus, dkk. *Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. Vol. 01, No. 02, Juli 2015.
- Muhtosim Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2007).
- Masrun, *Reliabilitas dan Cara-Cara Menentukannya*, (UGM: 1979).
- Prasetyo Bambang dan Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2006.
- Priyanto, Dwi, *Mandiri Belajar SPSS*, MediaKom, (Yogyakarta, 2008).
- Rasyid Harun. *Pengaruh Pemanfaatan Teknologi dan Kualita Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ecodemica, Vol. 1 No. 2 September 2017
- Rismiati, EdanBondanSuratno, *Pemasaran Barang dan Jasa*, (Yogyakarta: Kanisius, 2001).
- Rahman, Abd. *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Bogor: Taman Kencana, 2013).
- Rochaety, Ety, Dkk. *Sistem Informasi Manajemen*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013).
- Rambat, Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. (Jakarta: Salemba Empat, 2014).
- Sulistyo, Ady, *Analisis dan perancangan system informasi*, (Yogyakarta: Trans Tekno, 2017).
- Sutabri, Tata, *Pengantar teknologi inforasi*, (Yogyakarta: ANDI, 2014).
- Supriadi, Rambat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba empat, 2009).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Umar, Husain. *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2005).

Yani, Evy, dkk.” *Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Teknologi Acceptance Model*”,*Jurnal Informatika*, Vol. 5.No. 1. 2018.

Zhu Faye. *IT Based Service And Service Quality In Consumer Banking*. Yogyakarta BPF, 2002

LAMPIRAN

KUISIONER PENELITIAN

**PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Pada Nasabah Bank Syariah Bukopin Cabang Medan)**

Oleh:

ATMA SUFHI

NPM : 1501270152



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN**

2019

Medan, 4 Februari 2019

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Responden

Bank Syariah Bukopin

di Tempat.

Bersama ini saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi daftar angket (kuisisioner) yang diberikan. Informasi yang Bapak/Ibu berikan hanya semata-mata untuk data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Medan”**. Pada program Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Akhir kata saya ucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi angket (kuisisioner) ini.

Petunjuk Pengisian Kuisisioner

Jawablah dengan memberi (X)

No	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya adalah nasabah Bank Syariah Bukopin	X				

ATMA SUFHI

NomorUrut Kuisisioner	(Diisi peneliti)
--------------------------	-------	------------------

IDENTITAS RESPONDEN

- Isilah pada pertanyaan yang membutuhkan jawaban tertulis (jika ada)
- Berilah tanda silang (X) pada pertanyaan yang membutuhkan pilihan jawaban

Jenis Kelamin :

1
2

 Laki-Laki
Perempuan

Usia :

1
2
3
4
5

 Kurang dari 21 tahun
21-30 tahun
31-40 tahun
41-50 tahun
Lebih dari 50 tahun

Pendidikan Terakhir :

1
2
3
4
5
6
7

 SD
SMP
SMA
Diploma
S1
S2
S3

Pekerjaan :

1
2
3
4
5

 Pegawai pemerintah/TNI/Polri
Pegawai/karyawan swasta
Pedagang/pebisnis/wiraswasta/petani
Ibu rumah tangga
Mahasiswa

- | | |
|---|---------------------------------|
| 6 | Pelajar |
| 7 | Lainnya.....(tuliskan jika ada) |

- Lama menjadi nasabah :
- | | |
|---|---------------------|
| 1 | Kurang dari 1 tahun |
| 2 | 1-5 tahun |
| 3 | 5-10 tahun |
| 4 | Lebih dari 10 tahun |

PERTANYAAN VARIABEL PENELITIAN

- Berilah tanda silang (X) pada pertanyaan yang membutuhkan pilihan jawaban
- Kriteria pilihan: 1=sangat tidak setuju; 2=tidak setuju; 3= netral/biasa saja; 4 : setuju; 5= sangat setuju

NOMOR	PERTANYAAN	PILIHAN JAWABAN				
A.	TEKNOLOGI INFORMASI					
1.	Website/situs Bank Syariah Bukopin mudah digunakan	1	2	3	4	5
2.	ATM Bank Syariah Bukopin mudah digunakan	1	2	3	4	5
3.	Aplikasi mobile banking Bank Syariah Bukopin mudah digunakan	1	2	3	4	5
4.	Website/situs Bank Syariah Bukopin tidak selalu error/rusak	1	2	3	4	5
5.	ATM Bank Syariah Bukopin tidak selalu error/rusak	1	2	3	4	5
6.	Aplikasi mobile banking Bank Syariah Bukopin jarang mengalami error/rusak	1	2	3	4	5
7.	Informasi yang dibutuhkan nasabah tersedia lengkap di website/situs Bank Syariah Bukopin	1	2	3	4	5
8.	Fasilitas yang dibutuhkan nasabah di dalam ATM Bank Syariah Bukopin cukup lengkap, seperti untuk menarik uang, transfer, pengisian pulsa dan sebagainya	1	2	3	4	5
9.	Fasilitas yang dibutuhkan nasabah di dalam aplikasi mobile banking Bank Syariah Bukopin cukup lengkap, seperti untuk menarik uang, transfer, pengisian pulsa dan sebagainya	1	2	3	4	5
10.	Teknologi informasi yang disediakan Bank Syariah Bukopin cukup bermanfaat untuk nasabah	1	2	3	4	5
11.	Teknologi informasi yang disediakan Bank Syariah Bukopin cukup membantu memudahkan nasabah dalam bertransaksi	1	2	3	4	5
12.	Kemampuan teknologi informasi yang disediakan Bank Syariah Bukopin cukup mampu untuk membantu keperluan nasabah yang bermacam-macam	1	2	3	4	5
13.	Teknologi informasi yang disediakan Bank Syariah Bukopin tidak usang/ketinggalan jaman	1	2	3	4	5

NOMOR	PERTANYAAN	PILIHAN JAWABAN				
B.	PELAYANAN					
1.	Pelayanan Bank Syariah Bukopin cukup bisa diandalkan	1	2	3	4	5
2.	Karyawan Bank Syariah Bukopin cukup tanggap dan cepat ketika melayani nasabah	1	2	3	4	5
3.	Karyawan Bank Syariah Bukopin cukup ahli dalam menangani pekerjaannya	1	2	3	4	5
4.	Layanan Bank Syariah Bukopin mudah didapatkan karena tersebar dimana-mana	1	2	3	4	5
5.	Karyawan Bank Syariah Bukopin cukup ramah dalam melayani nasabah	1	2	3	4	5
6.	Karyawan Bank Syariah Bukopin mampu berkomunikasi dengan baik sehingga mudah dipahami nasabah	1	2	3	4	5
7.	Kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah Bukopin membuat masyarakat percaya kepada bank ini	1	2	3	4	5
8.	Bertransaksi di Bank Syariah Bukopin cukup aman	1	2	3	4	5
9.	Karyawan Bank Syariah Bukopin cukup mampu memahami permasalahan nasabah	1	2	3	4	5
10.	Fasilitas kantor pelayanan Bank Syariah Bukopin cukup baik	1	2	3	4	5
C.	KEPUASAN NASABAH					
1.	Pelayanan yang telah diberikan Bank Syariah Bukopin sesuai dengan keinginan nasabah	1	2	3	4	5
2.	Bank Syariah Bukopin cukup mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan	1	2	3	4	5
3.	Kepuasan yang saya rasakan selama menjadi nasabah Bank Syariah Bukopin menimbulkan keinginan untuk menggunakan produk layanan lain dari bank ini	1	2	3	4	5
4.	Karena merasa puas dengan pelayanan selama ini, saya suka mencari informasi tentang produk layanan yang lain dari Bank Syariah Bukopin	1	2	3	4	5
5.	Karena saya puas, maka saya suka menyarankan agar keluarga saya menjadi nasabah Bank Syariah Bukopin	1	2	3	4	5
6.	Karena saya puas, maka saya suka menyarankan agar keluarga saya menjadi nasabah Bank Syariah Bukopin	1	2	3	4	5